

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Měření spokojenosti žáků základní školy
Pupil Satisfaction Measurement at the Primary School

Student: Denisa Bartoníková

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Tomáš Balcar

Ostrava 2015

Zadání bakalářské práce

Student: **Denisa Bartoníková**
Studijní program: B6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208R062 Marketing a obchod
Téma: Měření spokojenosti žáků základní školy
Pupil Satisfaction Measurement at the Primary School

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Charakteristika Základní školy Pod Skalkou
 3. Teoretická východiska měření spokojenosti zákazníků
 4. Metodika shromažďování dat
 5. Analýza spokojenosti se vzděláváním
 6. Návrhy a doporučení
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratk
Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

- SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketingové řízení školy*. 2. aktual. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009. 328 s. ISBN 978-80-7357-494-9.
- ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2. vyd. Praha: Grada, 2011. 155 s. ISBN 978-80-247-4041-6.
- VYSEKALOVÁ, Jitka. *Emoce v marketingu: Jak oslovit srdce zákazníka*. Praha: Grada, 2014. 296 s. ISBN 978-80-247-4843-6.

Formální náležitosti a rozsah bakalářské práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.

Vedoucí bakalářské práce: **Ing. Tomáš Balcar**

Datum zadání: 21.11.2014

Datum odevzdání: 07.05.2015




doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Dana Dluhošová
děkanka fakulty

Prohlašuji, že jsem celou bakalářskou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.

V Ostravě dne 7. 5. 2015

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Denisa Bartoníková', written over a horizontal dotted line.

Denisa Bartoníková

Ráda bych poděkovala panu Ing. Tomáši Balcarovi za jeho odborné vedení, čas a užitečné rady při tvorbě mé bakalářské práce.

Obsah

1 Úvod.....	1
2 Charakteristika Základní školy Pod Skalkou.....	3
2.1 Základní informace	3
2.1.1 Představení školy.....	3
2.1.2 Historie	3
2.1.3 Žáci školy.....	4
2.1.4 Pedagogický sbor	5
2.1.5 Prostředí školy.....	5
2.1.6 Dlouhodobé projekty a jiné aktivity	6
2.2 Marketingové řízení školy.....	7
2.2.1 Trh školy	7
2.2.2 Marketing v neziskovém sektoru	8
2.2.3 Přínos školního marketingu	8
2.3 Prostředí školy	9
2.3.1 Mikroprostředí.....	10
2.3.2 Mezoprostředí	10
2.3.3 Konkurence	10
2.3.4 Makroprostředí.....	11
3 Teoretická východiska měření spokojenosti zákazníků	12
3.1 Spokojenost zákazníků.....	12
3.2 Měření spokojenosti zákazníků	13
3.3 Definování zákazníků	13
3.4 Identifikace zákazníka ve školství.....	14
3.4.1 Žáci a studenti	14
3.4.2 Rodiče	14
3.4.3 Absolventi.....	14

3.4.4 Veřejnost.....	15
3.4.5 Zaměstnavatelé.....	15
3.5 Definování požadavků zákazníků a znaků jejich spokojenosti.....	15
3.5.1 Požadavky zákazníka.....	15
3.5.2 Členění požadavků dle Kana	16
3.5.3 Znaký spokojenosti zákazníka	16
3.6 Metody sběru dat v rámci měření spokojenosti.....	17
3.6.1 Návrh a tvorba dotazníků.....	17
3.6.2 Určení velikosti výběrového souboru.....	18
3.7 Vyhodnocení dat o spokojenosti zákazníků	19
3.8 Využívání výsledků měření k neustálému zlepšování	20
4 Metodika shromažďování dat	21
4.1 Přípravná fáze.....	21
4.1.1 Definování problému	21
4.1.2 Definování cíle	21
4.1.3 Typy dat	21
4.1.4 Metoda výzkumu.....	21
4.1.5 Dotazník.....	21
4.1.6 Technika výběru respondentů	22
4.1.7 Předvýzkum – Pilotáž.....	22
4.1.8 Časový harmonogram.....	23
4.2 Realizační fáze.....	23
4.2.1 Sběr dat	23
4.2.2 Způsob zpracování dat.....	24
4.2.3 Identifikační údaje pro segment žáků.....	24
4.2.4 Identifikační údaje pro segment rodičů	26
5 Analýza spokojenosti se vzděláváním.....	28

5.1 Analýza spokojenosti segmentu žáků a rodičů.....	28
6 Návrhy a doporučení	49
6.1 Vybavení učeben	49
6.2 Školní jídelna.....	50
6.3 Poskytované informace o prospěchu	52
6.4 Modernizace školního hřiště	53
6.5 Mimoškolní aktivity a školou pořádané akce.....	53
7 Závěr.....	55
Seznam použité literatury	56
Seznam zkratk	59
Seznam obrázků a tabulek	60
Seznam příloh	62
Přílohy	1

Abstrakt

Cílem bakalářské práce bylo změření míry spokojenosti žáků, kteří navštěvují Základní školu Pod Skalkou v Rožnově pod Radhoštěm. Součástí práce je také měření spokojenosti rodičů těchto žáků a porovnání rozdílů mezi výsledky obou segmentů respondentů.

Problém byl řešen pomocí dotazníkového šetření a zjištěná data dále zpracovávána v programu IBM SPSS Statistics a Microsoft Excel. V teoretické části práce jsou popsány především východiska a metody měření spokojenosti. Aplikační část navazuje na data, která byla získána pomocí dotazníkového šetření a obsahuje analýzu spokojenosti u segmentu žáků a segmentu rodičů.

Výstupem výzkumu jsou návrhy a doporučení pro Základní školu Pod Skalkou, které by měly vést ke zvýšení celkové míry spokojenosti žáků a rodičů.

Hlavním přínosem bakalářské práce je změření míry spokojenosti žáků a rodičů ZŠ Pod Skalkou. V návaznosti na tyto výsledky škola může zavést opatření, která povedou nejen k růstu spokojenosti, ale především k celkovému zkvalitnění jejího hlavního poslání – vzdělávání.

Klíčová slova

Měření spokojenosti, školství, neziskový sektor, základní škola, spokojenost žáků/rodičů, ZŠ Pod Skalkou, dotazník

Abstract

The aim of this thesis was to measure the degree of satisfaction of pupils who attend primary school Pod Skalkou in Rožnov pod Radhoštěm. The research also includes measuring the satisfaction of the parents of the pupils and comparing the differences between the results of these two segments of respondents.

The problem was solved by using a questionnaire survey and the data obtained are then processed in the program IBM SPSS Statistics and Microsoft Excel. The theoretical part describes mainly the starting points and methods of measurement of satisfaction. Application section refers to the data that was obtained through questionnaires and it contains analysis of the satisfaction for pupils segment and parents segment.

The outcome of the research are proposals and recommendations for primary school Pod Skalkou, which should lead to an increase in the overall level of satisfaction of pupils and parents.

The main contribution of this thesis is to measure the degree of satisfaction of pupils and parents of primary school Pod Skalkou. Following these results the school can implement measures that will lead to the growth of satisfaction, but also the overall quality of its core mission - education.

Keywords

Satisfaction measurement, education, non-profit sector, primary school, pupil/parent satisfaction, Primary school Pod Skalkou, questionnaire

1 Úvod

Vzdělání je jednou z nejdůležitějších potřeb člověka. Člověk se vzdělává už od narození a velmi podstatnou roli v tomto procesu hraje základní škola. Dítě se zde naučí základní věci, bez kterých se v dnešním světě dospělý člověk neobejde, jako je např. psaní, čtení, základní znalost dějin či fyzikálních zákonů.

Kvalita školy nezávisí pouze na úrovni poskytovaného vzdělávání, ale i na mnoha dalších faktorech jako je vybavení a prostředí budovy, možnost stravování, nabídka volnočasových aktivit a v neposlední řadě kvalifikace a vstřícnost učitelů, managementu, vedení a ostatních podpůrných zaměstnanců. Zajímat se proto budu nejen o spokojenost se vzděláváním, ale také s doplňkovými službami, které utváří celkový dojem z poskytované služby. Význam školství se v posledních letech stále zvyšuje a s tím souvisí i nárůst konkurence a nabídky v oblasti vzdělávání. V České republice se školy často setkávají s nedostatkem žáků a svádí o ně boj, jelikož na jejich počtu je závislé množství finančních prostředků, které škola potřebuje pro svůj provoz.

V mé bakalářské práci se zaměřím na spokojenost žáků se vzděláváním a službami Základní školy Pod Skalkou, která sídlí v Rožnově pod Radhoštěm. Do výzkumu jsem se rozhodla zařadit také názory a postoje samotných rodičů, jelikož i ti tvoří hlavní skupinu zákazníků školy. Dalším důvodem mého zaměření na rodiče byl fakt, že tato skupina má velmi velký vliv na preference a rozhodování jejich dětí, tzn. žáků základních škol. Předpokládám, že děti a rodiče budou mít jiný přístup k jednotlivým faktorům, na které se jich budu dotazovat. Z tohoto důvodu bych ráda ve svém výzkumu provedla také porovnání výsledků spokojenosti mezi těmito skupinami a zjistila případné rozdíly. Může se stát, že žáci budou spokojeni s určitým kritériem, protože ho ve svém věku a vzhledem k jejich potřebám nepovažují za důležité, ale pro rodiče tato skutečnost bude mít zásadní vliv. Proto si myslím, že pro pochopení marketingu školy a pro zhodnocení výsledků měření spokojenosti je důležité poznání postojů, potřeb či názorů obou skupin a následné porovnání rozdílů mezi nimi. Zjištěné údaje a informace budou pro školu nejen zajímavé, ale i velmi přínosné a bude umět lépe rozlišit co je důležité pro žáky a také na co se zaměřit, aby byli spokojeni i rodiče.

Výzkum budu realizovat pomocí dotazníkového šetření, přímo v prostorách Základní školy Pod Skalkou a zaměřím se na skupiny žáků 8. a 9. tříd a jejich rodiče. Respondentů se budu dotazovat na spokojenost například s prostorami školy, s vybavením školy, školní

jídelnou, třídními schůzkami a personálem školy. V práci budou využita nejen mnou zjištěné primární data, ale také sekundární, které jsem získala z interních záznamů a z výročních zpráv Základní školy Pod Skalkou a také z internetových stránek školy.

Základní školu, na kterou práci zaměřuji, jsem také jako dítě sama navštěvovala. Myslím si, že detailní osobní zkušenost s prostředím školy mi pomůže hlouběji pochopit a posoudit postoje a názory na kvalitu poskytovaného vzdělávání a všech aspektů s ním spojených jak u žáků, tak i u rodičů. Výběr tohoto tématu ve mně podpořil také fakt, že k oboru školství máme v naší rodině blízko. Například dědeček býval učitelem a následně ředitelem několika základních škol, např. ZŠ Hutisko – Solanec nebo ZŠ Valašská Polanka. V současnosti na Základní škole Pod Skalkou pracuje moje matka na pozici ekonomky, díky čemuž je pro mě snadnější získat přístup k interním dokumentům a být v kontaktu s vedením školy. Tato okolnost měla také velmi pozitivní vliv na výběr tématu, zaměřeného na marketing ve školství.

2 Charakteristika Základní školy Pod Skalkou

V této kapitole bude představena Základní škola Pod Skalkou, která sídlí v Rožnově pod Radhoštěm a budou zde sděleny základní informace o historii, vzdělávání a ostatních činnostech této školy. Dále tato kapitola bude obsahovat teoretická východiska marketingu ve školství, marketingové řízení školy a jednotlivé prostředí školy.

2.1 Základní informace

2.1.1 Představení školy

Základní škola Pod Skalkou, Rožnov p. R., příspěvková organizace sídlí v klidné části města Rožnov pod Radhoštěm na ulici Bezručova 293, která se nachází mimo hlavní komunikace. V blízkosti se nachází Městská knihovna, Kino Panorama a také Městská poliklinika. Součástí školy je školní družina pro 130 dětí a také školní klub. Škola nabízí různé druhy mimoškolních aktivit, mezi které patří např. dramatický a výtvarný kroužek, kroužek psaní na počítači, pohybové a míčové hry, kroužek basketbalu a výuka hry na flétnu i vědomostní soutěže. [21]



Obr. 2.1 Logo Základní školy Pod Skalkou

Zdroj: [26]

2.1.2 Historie

S výstavbou Základní školy Pod Skalkou se začalo v roce 1964. V roce 1965 byly postaveny první pavilony a školu v té době navštěvovalo 363 žáků. Jedná se o klasickou pavilonovou školu, pavilony se stavěly postupně a byly značeny písmeny A, B, C, E, F, G, H. Postupně byla vybudována také tělocvična, školní jídelna, školní družina, školní klub, spojovací chodby a bylo otevřeno 25 tříd. [26]

V 70. letech se škola stala největší školou v okrese Vsetín a navštěvovalo ji tehdy až 1 200 žáků. V roce 1972 bylo zahájeno další rozšíření školy, a to výstavba pavilonu D. [26]

Prvním ředitelem nově postavené školy byl Josef Vaculín. Jeho nástupcem se stal v roce 1970 Zdeněk Hauzner a v roce 1980 byla ředitelkou Jarmila Musilová. V letech 1982 – 2005

byl ve funkci Josef Gajdoš, který představuje nejdéle působícího ředitele této školy. V roce 2005 ho na sedm let vystřídala Zuzana Absolonová a v červnu 2012 proběhlo výběrové řízení na nového ředitele. V tomto řízení vyhrála Kristina Kubečková, která na škole vyučovala předtím již několik let a ve funkci ředitelky školy působí dodnes. [26]

V roce 2000 město Rožnov pod Radhoštěm získalo dotaci na opravu školní jídelny. Dotace umožnila rozšířit kapacitu kuchyně na 700 jídel denně a tím zpřístupnit jídelnu i široké veřejnosti. V denní nabídce jsou vždy dvě až tři jídla, ze kterých si strážníci mohou předem vybrat. [26]

V říjnu roku 2013 se ZŠ Pod Skalkou zapojila do projektu Energetické úspory, který měl hodnotu přes 17 mil. Kč. Pomocí tohoto projektu bylo možné školu nově zateplit, vyměnit okna a střechy a již následující roky ukázaly značné úspory při čerpání energií. [26]

2.1.3 Žáci školy

Ve školním roce 2013/2014 navštěvovalo školu celkem 343 žáků. První stupeň navštěvovalo 191 žáků a byli rozděleni do devíti tříd. Na druhý stupeň docházelo 152 žáků, kteří byli rozděleni do osmi tříd. Jednotlivé počty žáků ilustruje tabulka níže (Tab. 2.1). [18]

Tab. 2.1 Počty žáků k 1. 9. 2013

	Počet tříd	Počet žáků	Počet žáků na třídu	Počet žáků na pedagogický úvazek
1. stupeň	9	191	21,2	19,6
2. stupeň	8	152	19	11,6
Celkem	17	343	40,2	31,3

Zdroj: [18], upraveno autorem

Na ZŠ Pod Skalkou se učí žáci nejen z blízkého okolí školy, ale také z dalších částí města. Vedení školy ochotně přijímá jakékoliv žáky, jejichž zákonní zástupci projeví zájem o školní program. Škola je bezbariérová, proto i pohybově hendikepovaní žáci mají možnost studovat v plném rozsahu. [18]

Žáci se mohou zapojit do Žákovského parlamentu, který ve škole funguje. Jeho prostřednictvím mohou zástupci jednotlivých tříd zasahovat do organizace každodenního života školy. [18]

2.1.4 Pedagogický sbor

Pedagogický sbor měl ve školním roce 2013/2014 dohromady 29 pedagogů. Čtyři vyučující byly na rodičovské dovolené. Sbor je věkově různorodý, převládají však ženy středního věku. Rozdělení pedagogů dle věku a pohlaví můžeme vidět v tabulce (Tab. 2.2). [18]

Tab. 2.2 Pedagogičtí pracovníci dle věku a pohlaví k 30. 9. 2013

	Do 30 let	31 – 40 let	41 – 50 let	51 – 60 let	60 a více
Počet	7	7	6	8	1
z toho žen	5	5	6	8	1
z toho mužů	2	2	0	0	0

Zdroj: [18], upraveno autorem

Všichni pedagogové mají své kabinety vybavené počítačem a připojením k internetu, kde mohou pracovat a připravovat se na výuku. Kabinety jsou také vybaveny funkčním nábytkem, který slouží k ukládání sbírek, učebnic a vyučovacích pomůcek. [18]

ZŠ Pod Skalkou zaměstnává také nepedagogické pracovníky. Do seznamu nepedagogických pracovníků školy se ve školním roce 2013/2014 řadí ekonomka školy, administrativní pracovnice, vedoucí školní jídelny, školník, údržbář, skladnice, recepční, hlavní kuchařka, 3 kuchařky a 2 pomocné kuchařky a také 4 uklízečky. [18]

2.1.5 Prostředí školy

Školní areál je tvořen osmi pavilony, které jsou označeny písmeny A, B, C, D, E, F, G, H. ZŠ Pod Skalkou v současné době využívá kapacitu šesti pavilonů a zbylé 2 pavilony B a D jsou pronajaty jiným subjektům – Středisku volného času a soukromé základní škole ZŠ Sedmikráska. Všechny budovy jsou propojeny spojovacími chodbami. [18]

K dispozici je v současné době 17 kmenových učeben a několik odborných pracoven. Odborné učebny pro výuku chemie, přírodopisu a fyziky mají bezbariérový přístup a výtah do prvního patra. Pro výuku cizích jazyků jsou k dispozici jazykové pracovny vybavené sluchátky a součástí školy jsou také 2 počítačové pracovny vybavené data-projektorem. Ve škole dále najdeme keramickou dílnu s vypalovací pecí a hrnčířským kruhem, cvičnou kuchyňku s jídelním koutem, kde se děti mohou učit základům vaření, školní pozemek s přípravnou, plechovým a zděným skladem na nářadí a kompostovacím místem, a také školní hřiště určené

pro atletiku, kopanou a házenou, dopravní hřiště a samozřejmě je i školní tělocvična se šatnami. V době mimo vyučování je venkovní hřiště a tělocvična k dispozici i veřejnosti. [18]

Při vstupu do školy se nachází recepce a školní šatny pro žáky. Napravo od recepce je vstup do pavilonu H, kde je v prvním patře umístěna školní jídelna a moderně vybavená kuchyň. Ve druhém patře je možné najít sborovnu, žákovskou a učitelskou knihovnu, ředitelnu, kanceláře zástupce ředitele a výchovného poradce. [18]

2.1.6 Dlouhodobé projekty a jiné aktivity

Základní škola Pod Skalkou v Rožnově pod Radhoštěm pořádá a účastní se spousty mimoškolních akcí a jiných aktivit. Žáci reprezentují školu v různých soutěžích, například v recitační soutěži, soutěži v rétorice „Mladý Démosthénés“, olympiádě z jazyků, soutěži v psaní na počítači, matematických soutěžích „Klokánek“ a „Pythagoriáda“ nebo v literární a výtvarné soutěži „O poklad strýce Juráše“. Ve školním roce 2013/2014 se uskutečnilo i mnoho netradičních školních akcí, mezi které patří zejména soutěž „O nejpovedenější halloweenskou dýni“, akce „Podskalka má TALENT 2013“, Den barev, Modrý den nebo „Aprílový den na Podskalce“. Školní klub zorganizoval ve spolupráci se školní družinou Dětský karneval, který měl u dětí i rodičů velký úspěch. [18]

Mezi tradiční aktivity patří vánoční besídky, vánoční jarmark, besedy v knihovně, návštěvy blízkého kina, celoroční podpora recyklace u dětí, sběr žaludů a kaštanů, lyžařský výcvik, školní výlety a exkurze a také vítání prvňáčků a loučení se s odcházejícími žáky 9. tříd.

Škola se podílí i na podpoře charitativních projektů a sbírek. Je součástí projektu HUMR, který představuje humanitární pomoc a rozvojovou spolupráci ve škole i v aktivitách vzájemné spolupráce se středními školami. [18]

Nejvýznamnější akcí v roce 2013/2014 byl projekt „Čokoládová Afrika“, kdy se do školy šlo v afrických kostýmech, mezi spolužáky se rozdávala čokoláda a součástí bylo i divadelní představení „Hořčokoláda“. Dramatický kroužek s tímto představením vyhrál v soutěži „Za fěrovou čokoládu“, kterou pořádala Ekumenická akademie a Fair Trade Česko Slovensko. Za dlouholetou snahu a píli v oblasti Fair Trade škola nakonec získala titul Fairtradová škola. [18]

2.2 Marketingové řízení školy

2.2.1 Trh školy

Trh vzdělávání je velmi výjimečný a má své zvláštnosti. Na rozdíl od trhu zboží či jiných služeb nefunguje nabídka vzdělávacích programů a poptávka po nich zcela tržně. Pro mnoho lidí je představa školy jako tržního subjektu nepřirozená a dle jejich názoru nelze školu srovnávat s firmou. Hlavním cílem a výstupem školy je vzdělání a výchova žáků. Cílem firmy je především dosažení zisku, většího tržního podílu, snaha o přežití, rychlá návratnost investic či jiný, svou podstatou ekonomický cíl. I když jsou tyto cíle odlišné, můžeme najít při srovnání škol a jiných organizací řadu shodných atributů. [14]

Podobně jako některé podniky mají problém sehnat pro své produkty zákazníky, tak i některé vzdělávací instituce mají problémy se získáváním žáků. Při nedostatku žáků jsou omezeny finanční zdroje pro další rozvoj školy a tento problém může mít negativní dopad na image školy. Problémem řady firem je skutečnost, že se jejich výrobky dostaly na trhu do stádia úpadku a že firmy nejsou dostatečně pružné ve vývoji nových na trhu žádaných produktů. Podobně i některé školy jsou bezradné při tvorbě či změně vzdělávacího programu (produktu školy) tak, aby byl přitažlivý pro studenty a zároveň vycházel vstříc měnícím se potřebám společnosti. Některé současné problémy školy jsou tedy svou podstatou shodné s problémy tržních firem. Uznávaná škola je produktem především dobrého managementu a vedení, které se nebojí změnit zaběhlé školské stereotypy a chápat školu jako subjekt, který se v tržním prostředí musí chovat tržně a efektivně. Škola orientovaná na své zákazníky (žáky, rodiče), vycházející z potřeb trhu a mající velmi dobrou image na veřejnosti, v mnoha případech volí strategii, která je založena na marketingovém přístupu. [14]

Vedení některých škol často vnímá marketing pouze jako reklamu a propagaci školy a soustředí se jen na vytvoření propagačního letáčku či zajímavou prezentaci na veletrhu vzdělávání. Reklama je ve skutečnosti velmi malou částí marketingových komunikací a ty tvoří pouze jednu část marketingového mixu školy. Do marketingového řízení školy patří řada dalších oblastí teorie a praxe moderního managementu. Nejdůležitějším bodem a cílem marketingového řízení školy je především kvalita její práce. [14]

Důležité je také zaměřit se nejen na cílové skupiny mimo školu, ale především na skupinu vnitřní, tzn. personální marketing zaměřený na práci s lidmi uvnitř organizace. Pokud zaměstnanci neuznávají hodnoty, které jsou v souladu s posláním školy, je velmi obtížné přesvědčit okolní svět o pravdivosti komunikace a konání. [15]

K nejobtížnějším rozhodnutím v marketingovém řízení školy patří ta, která se týkají posouzení potřeb a přání žáků. Jejich přání (ale i přání rodičů) jsou často v rozporu s potřebami kvalitního vzdělávání, které by škola měla uspokojovat především. Tyto rozdíly v chápání základního poslání školy a odlišných přáních je nutné nepřehlížet a neignorovat. Naopak, cílem školy je vysvětlovat, komunikovat a přesvědčovat své klienty a zákazníky o správnosti její práce. [15]

2.2.2 Marketing v neziskovém sektoru

„Marketing jako cílené, profitově orientované jednání je pro neziskovou organizaci klíčovou aktivitou řízení, která prostupuje všechny úrovně její činnosti a která směřuje k identifikaci, předvídání a uspokojení potřeb uživatelů služeb a k naplnění filantropických potřeb organizace samotné i jejích podporovatelů.“ [1, str. 21]

Marketingový princip je v některých neziskových organizacích odmítán, to však neznamená, že by tyto organizace neprováděly žádné marketingové aktivity. Hlavním problémem je často fakt, že marketing nemívá žádný systém, neдрží se pevného řádu, nejsou stanoveny cíle marketingových aktivit, způsoby kontroly ani marketingová komunikace. [13,1]

Potřeba marketingu v neziskovém sektoru vyplývá z důležitosti kvality služby a z potřeb jejich uživatelů. Vysoce kvalitní služba bude pravděpodobně vnímána jako užitečná, efektivní a hodná pravidelného financování. Školy proto musí provádět průzkum trhu, aby zjistily, co si veřejnost přeje, a dle získaných informací tato přání co nejlépe uspokojovat. Veřejnost je pak třeba seznamovat s náplní činností organizace a s výsledky práce. [6]

2.2.3 Přínos školního marketingu

Marketingové řízení umožňuje školám vytvořit kvalitní program pro jejich cílové trhy, efektivně jim tento program distribuovat a správně s nimi komunikovat. Přínosy v případě školství jsou obtížně měřitelné, protože nejsou hmatatelné a efekt je dlouhodobý. Zvýšení kvality vzdělávacího programu škola jen obtížně prokazuje, jelikož ta se projeví až za několik let v úspěšném navazujícím studiu. Pokud by se kvalita například měřila podle výsledků závěrečných zkoušek, mohlo by se stát, že by se žáci učili jen na tyto testy a spousta ostatních výchovně-vzdělávacích cílů by šla stranou. Je možno uvést řadu přínosů, které jsou výsledkem dlouhodobého marketingového řízení školy, například zvýšení kvality a pestrosti nabídky, zvýšení informovanosti, splnění cílů školy, stabilní financování a loajalita žáků a rodičů. [14]

Velmi významným přínosem marketingu školy je zvýšení kvality a pestrosti vzdělávací nabídky. Skutečnost, že škola nenabízí kvalitní výuku, se prostřednictvím ústního podání, což

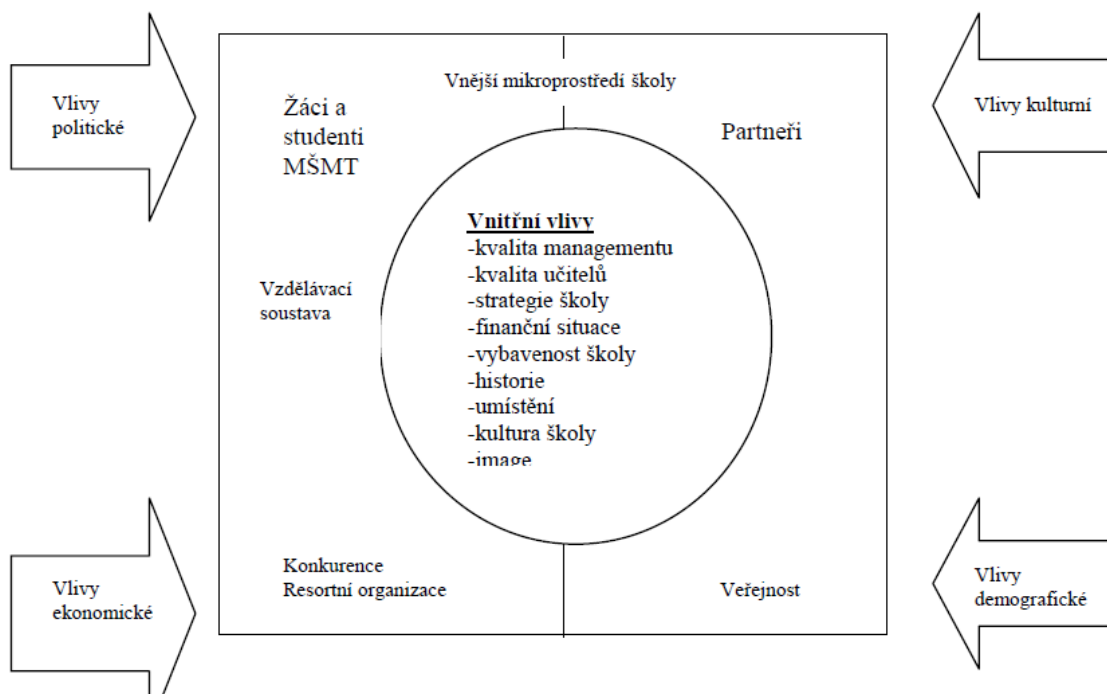
představuje nejsilnější formu komunikace, postupně rozšíří veřejnosti. Taková škola se s velkou pravděpodobností dostane brzy do problémů. [14]

Marketing poskytuje managementu školy potřebné nástroje pro splnění poslání a cílů školy. Umožňuje především pojmenovat skutečné problémy organizace a stanovit opatření, které pomůžou škole plnit její poslání a cíle. [14]

Úspěšná škola, nabízející kvalitní produkt, je atraktivnější pro sponzorské či jiné zdroje financování potřeb školy. Škola má také zajištěny finanční prostředky ze státních zdrojů, jelikož veřejností uznávaná organizace, vytváří předpoklady pro vyšší poptávku, a tím větší počet zájemců o studium na škole. Je důležité budovat si loajalitu zákazníků školy a dlouhodobě uspokojovat jejich potřeby a přání. [14]

2.3 Prostředí školy

Škola je při všech svých aktivitách hluboce ovlivňována prostředím, ve kterém působí. Tyto vlivy představují různé síly působící uvnitř či vně organizace. Změny prostředí se často dají včas předvídat a není náročné se jim adaptovat. Každý z faktorů měnícího se prostředí ovlivňuje školu jiným způsobem a má jinou váhu při marketingových rozhodnutích. Vlivy prostředí se dělí dle místa jejich působení na vnitřní a vnější. [15]



Obr. 2.1 Prostředí školy

Zdroj: [15], str. 36

2.3.1 Mikroprostředí

Do vnitřního mikroprostředí školy patří vlivy, které působí uvnitř školy. Jejich ovlivnitelnost vedením školy je o mnoho vyšší, než je tomu u vlivů vnějších. Mezi vnitřní vlivy ovlivňující mikroprostředí školy patří kvalita managementu, kvalita pedagogického sboru, strategie školy, finanční situace školy, image, kultura a také mezilidské vztahy. Do tohoto prostředí také zahrnujeme zákazníky, partnery, veřejnost a konkurenci. Velmi důležité pro vedení školy je vymezení ovlivnitelnosti těchto vlivů. Ředitel školy může změnit organizaci školy, pracovat s lidskými zdroji, průběžně proškolovat pedagogický sbor či jiné pracovníky, zajistit dodatečné finanční zdroje, apod. [14]

2.3.2 Mezoprostředí

Aby škola mohla plnit své poslání, vstupuje do úzkého kontaktu s řadou jiných subjektů (právníké či fyzické osoby), které tvoří mezoprostředí školy. Jedná se o prostředí, ve kterém škola bezprostředně funguje a kterým je zároveň ovlivňována. Do mezoprostředí školy patří především její zákazníci, absolventi a organizace, které absolventy v budoucnu zaměstnávají. Kromě těchto hlavních zákazníků se zde řadí subjekty patřící do vzdělávací soustavy státu (především MŠMT, krajské úřady a obce jako zřizovatelé škol, konkurenční školy, partnerské školy, rezortní organizace atd.), partneři školy a veřejnost. [15]

2.3.3 Konkurence

Konkurenční prostředí je součástí mezoprostředí školy. Možnosti ovlivnit chování konkurence školou existují, ale jsou velmi omezené. V každém případě je rozhodování školy vždy ovlivněno aktivitami konkurence. I když někomu může znít pojem konkurence ve školním prostředí jako něco, co se zde neobjevuje, praxe ukazuje, že trh vzdělávacích služeb reálně existuje a že konkurence na něm působí a také sílí. Ředitelé škol si v současnosti nemohou dovolit konkurenci ignorovat, neboť školy si konkurují především v získávání zdrojů potřebných pro jejich přežití a rozvoj. Jedná se především o získávání žáků v žádoucím množství a kvalitě, získávání kvalitních pedagogů, získávání finančních prostředků (přízně zřizovatele při stanovení rozpočtu školy, získání grantů, přízně sponzorů, napojení na mezinárodní projekty EU, apod.) a také získávání kladné pozornosti a hodnocení veřejnosti. [14]

2.3.4 Makroprostředí

Pro školy je často životně důležité poznat a využít svého makroprostředí. Makroprostředí odráží základní trendy vývoje celé společnosti a nejvíce ho ovlivňují ekonomické, demografické, technické, politické a kulturní jevy. Charakteristické pro makroprostředí jsou tyto dva rysy: neustále se mění a většina vlivů je neovlivnitelná. [14]

3 Teoretická východiska měření spokojenosti zákazníků

3.1 Spokojenost zákazníků

Každý zákazník s nákupem služby očekává uspokojení svých potřeb a řešení určitých problémů, kupuje si hodnotu, nejlépe bez vedlejších negativních efektů a rizik. Už při samotném rozhodnutí koupit si službu, si zákazník vytváří o tomto produktu určitou představu, kterou ovlivňuje mnoho faktorů. Mezi nejvýznamnější patří především pocíťované vlastní potřeby, pozitivní či negativní zkušenosti z minulosti a reference z okolí. Po realizovaném nákupu zákazník vnímá reálnou hodnotu a porovnává s ní své požadavky. Toto porovnání v něm vzbuzuje pocit spokojenosti nebo nespokojenosti. [10]

Základním předpokladem úspěchu organizace je spokojenost zákazníka. Spokojení zákazníci představují pro firmu výhodu. Spokojení zákazníci jsou charakterizováni jako méně citliví na kolísání cenové hladiny, dlouhodobě loajální, nakupuje doplňky nebo modernizované produkty a šíří kladné reference směrem k ostatním zákazníkům. [8]

„Spokojenost zákazníka je souhrnem pocitů vyvolaných rozdílem mezi jeho požadavky a vnímanou realitou na trhu.“ [10, str. 63]

Spokojenost můžeme chápat jako pocit radosti nebo naopak zklamání zákazníka, který je spojen s porovnáním skutečnosti s tím, co od dané služby očekával. Jestliže skutečnost uspokojení potřeb odpovídá očekávání nebo ji převyšuje, je spokojen, v případě že nedošlo k naplnění očekávání, nastává pocit zklamání, tzn. nespokojenosti. Při vyšší míře spokojenosti může firma či organizace očekávat vyšší návratnost a loajalitu zákazníků. [7]

Můžeme definovat tři základní stavy spokojenosti:

- **potěšení zákazníka** – vnímaná realita převyšuje jeho původní představy a očekávání, je více než spokojen s tím co obdržel,
- **naprostá spokojenost zákazníka** – úplná shoda mezi potřebami a očekáváním a vnímanou realitou, zákazník cítí, že všechny jeho potřeby byly uspokojeny,
- **limitovaná spokojenost** – vnímaná realita neodpovídá požadavkům zákazníka, je do určité míry spokojen, ale jeho spokojenost je nižší než v předchozích případech. [10,15]

3.2 Měření spokojenosti zákazníků

Měření spokojenosti zákazníků představuje nástroj pro zjišťování očekávání a skutečné potřeby zákazníků. Z tohoto důvodu jsou v marketingovém výzkumu aplikovány přesné a systémové postupy, které slouží k zajištění důvěryhodnosti výsledků. [10]

Princip měření spokojenosti zákazníka je založen na měření tzv. celkové spokojenosti, která je ovlivněna celou řadou dílčích faktorů spokojenosti a shrnuje zkušenost za definované období. Tyto faktory musí být měřitelné a je nutné znát jejich význam pro zákazníka v rámci celkové spokojenosti.[9]

Mezi hlavní cíle měření spokojenosti patří především identifikování zóny tolerance kvality služby, změření spokojenosti zákazníků s kvalitou poskytovaných služeb a následné navržení opatření ke zvýšení kvality. [12]

Měření spokojenosti zákazníků patří mezi nejefektivnější činnosti při získávání zpětné vazby. Pokud organizace nepodporuje podobné odezvy, nemá v konkurenčním prostředí šanci na dlouhodobé přežití. Informace získané měřením spokojenosti umožňují vedení organizací rozpoznat a sledovat i další ukazatele výkonnosti, včetně ukazatelů ekonomických výsledků. [10]

Měření spokojenosti zákazníka je často prováděno pomocí tzv. indexu spokojenosti zákazníka. V Evropě je využíván model ECSI – European Customer Satisfaction Index, který je tvořen 4 hypotetickými proměnnými. [4]

3.3 Definování zákazníků

Rozpoznání a definování zákazníka lze považovat za naprostou nezbytnost. Zákazníkem se stává každý, komu organizace odevzdává výsledky své práce. Zákazníky můžeme rozdělit na dvě skupiny: externí a interní. Do skupiny externích zákazníků patří zprostředkovatelé, odběratelé a koneční uživatelé výrobků a služeb, do skupiny interních zákazníků pak řadíme zaměstnance firmy. [10]

Prvním krokem pro organizaci je vyjasnění, u jakých skupin zákazníků bude realizovat měření spokojenosti. Definování těchto skupin má vliv nejen na náklady spojené s měřením spokojenosti, ale i na veškeré aktivity s měřením souvisejících, proto lze tuto činnost považovat za klíčovou bez ohledu na to, jaké druhy produktů organizace prodává. [10]

3.4 Identifikace zákazníka ve školství

Chtějí-li neziskové organizace zlepšit poskytované služby, musí specifikovat okruh svých zákazníků. Ve většině případů je identifikace zákazníků snadná – v soukromém sektoru je zákazníkem ten, kdo za výrobu či službu platí, ve veřejném je to osoba, která službu využívá, přitom není důležité, zda je tato služba placena přímo nebo nepřímo (prostřednictvím daní). [6]

Ve školství najdeme několik skupin zákazníků, kteří užívají a mají prospěch z poskytovaných služeb. Tyto skupiny zákazníků by si škola měla přesně definovat a zjistit jaké mají potřeby, jaký je jejich vztah ke škole a také jejich význam pro školu. [15]

3.4.1 Žáci a studenti

Nejhlavnější skupinu zákazníků tvoří žáci a studenti, kteří nejvíce využívají služeb školy, i když si to často neuvědomují a jejich přání bývají v rozporu s jejich potřebami. Většina pedagogů se často brání představě, že žák či student by měl být považován za klienta či zákazníka školy. Oponováno je především tím, že vztah učitel – žák nelze považovat pouze za komerční, ve kterém by práce učitele měla být považována za výrobek, který by měl uspokojovat potřeby svých zákazníků. Vzhledem ke specifickému vztahu mezi pedagogem a žákem je nejlépe používat pojem klient. Zákazník si za své peníze může koupit téměř vše, postavení klienta je však poněkud odlišné a záleží také na jeho přístupu k poskytované službě.

Žáci a studenti jsou nedílnou součástí vnitřního prostředí školy a zároveň jako její klienti spoluvytvářejí i školní mezoprostředí. [15]

3.4.2 Rodiče

Mezi zákazníky školy řadíme také rodiče žáků a studentů, jelikož většina z nich má zájem o to, aby jejich děti získali to nejlepší vzdělání a škola je náležitě a co nejlépe připravila na budoucí život. Rodiče také spoluvytváří názory a postoje dětí vůči škole a v případě středních, vyšších odborných a vysokých škol spolurozhoduje i o výběru školy. [15]

3.4.3 Absolventi

Současní i bývalí žáci a studenti mají nejhlubší povědomí o tom, v čem se nacházejí silné a slabé stránky školy. Mohli sledovat a porovnávat skutečnou práci pedagogů, služby školy, její zázemí, školní atmosféru a to jak se škola prezentuje na veřejnosti, proto je jejich názor nejsilnějším signálem, který škola o své práci vydává. Je nejen důležité, aby absolventi

měli pocit, že práce školy je na vysoké úrovni, ale důležité je také být s absolventy v kontaktu a spolupracovat s nimi. Nejlepší reklamou pro školu představuje úspěšný absolvent. [15]

3.4.4 Veřejnost

Veřejnost se o školu velmi zajímá a je citlivá na to, kam plynou daně a jak jsou efektivně využívány, proto musíme za zákazníka školy považovat i ji. Představuje faktor mezoprostředí, který ovlivňuje chování školy, stanovení cílů a jejich plnění. Do kategorie veřejnosti můžeme zařadit především místní komunitu, zájmové skupiny, sdělovací prostředky a širokou veřejnost. [15]

3.4.5 Zaměstnavatelé

Za zákazníky školství je třeba považovat i budoucí zaměstnavatele středních, vyšších odborných, vysokých škol. Podniky a organizace, které budou absolventy zaměstnávat, požadují po škole, aby své žáky či studenty co nejlépe vybavila vědomostmi a připravila na jejich budoucí zaměstnání. [6]

V případě základních škol lze považovat za „zaměstnavatele“ střední školu, kde se budou žáci vzdělávat po absolvování 9. ročníku. V zájmu střední školy je získat co nejlépe připravené žáky s odpovídajícími znalostmi a s co nejlepším prospěchem. Z tohoto důvodu je velmi důležitou potřebou žáků důkladná příprava na přijímací řízení středních škol. Úspěšnost u přijímacího řízení, lze považovat za jeden z aspektů, který udává celkovou kvalitu vzdělávání na základní škole. [15]

3.5 Definování požadavků zákazníků a znaků jejich spokojenosti

V momentě, kdy má organizace ujasněno, kdo jsou její reální zákazníci, u kterých má v plánu měření spokojenosti uskutečnit, je třeba definovat jejich požadavků a znaků jejich spokojenosti. [10]

3.5.1 Požadavky zákazníka

Pojem „požadavek zákazníka“ lze interpretovat jako transformaci hlasu zákazníka do formulací srozumitelných dodavateli, které obsahují potřeby a očekávání.

Poznávání požadavků zákazníků by mělo patřit mezi standardní postupy marketingu, v rámci kterého užeme požadavky členit dle různých hledisek, např.

- **dle času** – existují požadavky současné a budoucí,
- **dle stavu** – rozeznáváme požadavky emocionální a racionální,
- **dle úrovně** – rozlišujeme požadavky primární a sekundární. [10]

3.5.2 Členění požadavků dle Kana

Kan předpokládá, že u jakéhokoliv výrobku či služby je možno definovat tři skupiny požadavků, které ovlivňují míru spokojenosti zákazníka.

- **„Bonbónky“** – jde o malou skupinu požadavků, pro které je typické, že pokud je zákazník nevyužije, nesníží to jeho spokojenost. Naopak, jejich využitím získává zákazník pocit příjemného vzrušení nad tím, co mu bylo poskytnuto.
- **„Samozřejmosti“** – představují velkou skupinu požadavků, spojených s plněním funkcí produktu.
- **„Nutnosti“** – jedná se o malou skupinu požadavků, které v nejlepším případě nevedou k nespokojenosti zákazníka. [10]

3.5.3 Znaky spokojenosti zákazníka

Rozpoznání znaků spokojenosti patří také k velmi důležitým činnostem, díky kterým lze pocity zákazníků převést do parametrů produktu. Zjišťování znaků spokojenosti se provádí převážně dvěma základními metodami:

- metodou rozvoje znaků jakosti,
- metodou naslouchání hlasu zákazníka. [10]

Metoda „rozvoje znaků jakosti“ spočívá ve vyloučení z aktivních účastníků reálných a potenciálních zákazníků. Požadavky zákazníků definují samotní zaměstnanci organizace, za předpokladu, že se dokáží vžít do role budoucích zákazníků. Tato metoda je nenáročná na zdroje a náklady, je rychle aplikovatelná, ale výsledky nejsou tak objektivní, jako je to v metodě „naslouchání hlasu zákazníka“. [10]

Charakteristickým prvkem metody „naslouchání hlasu zákazníka“ je především to, že se zde pracuje se současnými a potenciálními zákazníky a není podstatné, zda jde o zákazníky vlastní či zákazníky konkurence. K vhodným aktivitám, používaných v této metodě patří: diskuse v ohniskových skupinách, přímá interview s jednotlivci, dotazníková metoda a metoda kritických událostí. [10]

3.6 Metody sběru dat v rámci měření spokojenosti

Při výběru vhodné metody sběru dat je třeba brát v úvahu zejména rozsah výběru respondentů, uvolněné zdroje pro měření spokojenosti zákazníků vrcholovým vedením, technické možnosti organizace, požadavky na návratnost dotazníků, resp. odezvu zákazníků.

Mezi nejpoužívanější metody v praxi patří zejména:

- telefonické metody,
- metody pomocí klasické či elektronické pošty,
- metody s využitím internetu,
- osobní rozhovory se zákazníky,
- metody „pro forma“, kdy zákazníci mají k dispozici dotazníky při východu z prodejny či po poskytnutí služby. [10]

3.6.1 Návrh a tvorba dotazníků

Dotazování patří k nejrozšířenějším a nejpoužívanějším postupům marketingového výzkumu a zpětné vazby. Sestavování dotazníku by mělo obsahovat následující kroky: definování otázek dotazníků, volbu vhodného formátu dotazníků, popis vstupních informací pro zákazníka, definitivní uspořádání dotazníků. [10]

Při tvorbě dotazníku je velmi důležité dávat pozor na jeho správné sestavení. Špatně vytvořený dotazník může negativně ovlivnit získané informace a výsledky mohou být zkreslené a nemusí odpovídat potřebám a cílům výzkumu. Otázky v dotazníku by měly být formulovány do takového celku, aby respondent odpovídal co nejpresněji na to, co nás zajímá. Dotazovanému se musí zdát, že vyplňování je snadný, příjemný, žádoucí a chtěný úkol a je třeba, aby odpovídal stručně a pravdivě. Zároveň dotazník musí být srozumitelný a musí být jasný, na co přesně má respondent odpovídat. K naplnění těchto požadavků přispívá zejména

celkový dojem dotazníku, formulace jednotlivých otázek, typ otázek a manipulace s dotazníkem. [17]

V dotazníku můžeme použít 3 základní typy otázek:

- **otevřené** (volné, nestandardizované) – respondentovi se nepředkládají žádné varianty odpovědí, vyjadřuje se svobodně a svými slovy. Tento typ otázek je typický pro kvalitativní výzkum,
- **uzavřené** (standardizované, řízené) – tento typ, předem nabízí několik možností odpovědí, dotazovaný si následně vybírá pouze jednu možnou variantu. Uzavřené otázky jsou vhodné pro kvantitativní výzkum,
- jejich kombinace v podobě **polootevřené** (polouzavřené) – dotazovanému jsou nabídnuty možnosti, ale také je zde poskytnut prostor pro individuální odpověď, v případě že žádná z nabízených variant respondentovi nevyhovuje. [5]

Specifickým typem otázek jsou také tzv. **filtrační otázky**, které mají za úkol rozdělit respondenty výběrového souboru do skupin dle určité charakteristiky. Identifikují mezi nimi ty, kteří mají určitou zkušenost či charakteristiku, která je potřebná k odpovídání na bezprostředně následující otázky. [9]

U měření spokojenosti jsou velmi důležité a rozšířené tzv. **škály**, které by měly být u tohoto výzkumu použity vždy, kdy je to možné. Slouží především k vyjádření a měření názorů, postojů, mínění, motivů, vztahů, znalostí, apod. Jejich hlavní význam nalézáme hlavně v převádění neměřitelných znaků na znaky měřitelné, odpovědi lze snadno kvantifikovat a následně analyzovat. [9]

3.6.2 Určení velikosti výběrového souboru

K tomu aby výsledky dotazování byly spolehlivé a přínosné, je třeba zajistit, aby dotazovaný soubor respondentů byl reprezentativní. Ve většině případů je nemožné nebo velmi obtížné a nákladné ptát se všech osob základního souboru, proto se vybírá tzv. reprezentativní vzorek respondentů. Jejich počet a způsob, jak je vybrat, je dán velmi přesnými pravidly. Velikost výběrového souboru závisí na tom, jak přesné výsledky požadujeme, jaká je velikost základního souboru. Reprezentativnost výběrového souboru pro dotazování se odvozuje od charakteristik souboru základního. Tyto charakteristiky by ve výběrovém souboru měly být stejně rozloženy jako v základním. [17,16]

Můžeme vymezit tři základní přístupy k tvorbě výběrového souboru:

- **Census** – velikost výběru se rovná velikosti výběrového souboru. Vzorek je plně reprezentativní, ale metoda je velmi nákladná.
- **Úsudková metoda** – výběr závisí na úsudku těch, kteří výběrový soubor vybírají. Metoda je snadno realizovatelná, ale spolehlivost údajů je nízká.
- **Statistické metody** – výběr je závislý na náhodě. [10]

3.7 Vyhodnocení dat o spokojenosti zákazníků

Existuje mnoho možností jak vyhodnotit data o spokojenosti zákazníků a jak s nimi nakládat. Při volbě jakéhokoli způsobu vyhodnocování je třeba myslet na to, že různé znaky spokojenosti mohou mít pro jednotlivé zákazníky jinou závažnost a rozhodujícím faktorem je často poznání trendů ve vývoji míry spokojenosti zákazníků. Důležité je také, aby s výsledky byli seznamováni všichni zaměstnanci firmy, ne pouze vrcholové vedení. [10]

Mezi výstupní parametry měření se řadí:

- **Index významnosti faktorů služby** – vyjadřuje důležitost určitého faktoru.
- **Index spokojenosti s jednotlivými faktory služby i celkově** – výstupem je informace o spokojenosti zákazníka se službami jako celku a zároveň poskytuje informace o spokojenosti s dílčími faktory.
- **Poziční mapa podle spokojenosti a významnosti** – představuje škálu, na které zákazník vyjadřuje svou spokojenost (případně nespokojenost) a významnost faktorů. (Obrázek 3. 2). [10]



Obr. 3. 1 Poziční mapa podle spokojenosti a významnosti

Zdroj: [12, str. 41]

3.8 Využívání výsledků měření k neustálému zlepšování

Všichni manažeři v organizaci se musí soustavně soustředit na výsledky měření spokojenosti. Negativní trendy ve vývoji spokojenosti musí být chápány jako varování před možnými ekonomickými problémy a také jako podněty pro realizaci kroků pro zlepšování. Zvyšování spokojenosti interních i externích zákazníků, je nejdůležitějším předpokladem pro zachování jejich loajality, která představuje pro firmu dlouhodobou ekonomickou úspěšnost.

[10]

4 Metodika shromažďování dat

4.1 Přípravná fáze

4.1.1 Definování problému

Vzdělání je v dnešní době nepostradatelnou součástí každého jedince. S růstem možností, které jsou dostupné, rostou i celkové nároky a očekávání žáků a rodičů od základní školy. Pro management školy je důležité poznat a pochopit potřeby svých zákazníků, jelikož ty nejvíce souvisí s tím, jaká bude výsledná spokojenost s poskytovanými službami.

4.1.2 Definování cíle

Hlavním cílem bakalářské práce je změření spokojenosti žáků a rodičů se vzděláváním a vedlejšími službami, které poskytuje Základní škola Pod Skalkou v Rožnově pod Radhoštěm.

4.1.3 Typy dat

Ve výzkumu bude využito převážně primárních dat, která budou získávána pomocí dotazníkového šetření. Doplňující sekundární data budou čerpána především z výroční zprávy ZŠ Pod Skalkou a jiných interních dokumentů, které byly pro účely práce poskytnuty vedením školy a dále také z odborné literatury a internetu.

4.1.4 Metoda výzkumu

Měření spokojenosti bude realizováno pomocí dotazníkového šetření. Jedná se o kvantitativní výzkum a konkrétně bude využito metody písemného dotazování bez tazatele. Toto dotazování je finančně nenáročné, dotazovaný respondent může věnovat odpovídání dostatek času a péče, je vyloučen vliv tazatele na úsudek odpovídajícího a větší soukromí při vyplňování může přispět k upřímnějším odpovědím. [19]

Naopak je zde vyšší riziko, že respondenti otázky nepochopí a odpovědi tedy nebudou správné či úplné.

4.1.5 Dotazník

Respondenti byli rozděleni do 2 segmentů (segment žáků a segment rodičů), z tohoto důvodu bylo nutné sestavit 2 typy dotazníků. Vzhledem k relevantnosti zjišťovaných dat a rozdílným potřebám a preferencím rodičů a žáků bylo nutno každý typ dotazníku přizpůsobit dané skupině. Výsledné rozdíly v otázkách u jednotlivých dotazníků nejsou výrazné.

Dotazník pro segment žáků je určen pro žáky 8. a 9. tříd Základní školy Pod Skalkou (viz. Příloha 1). Tento typ dotazníku obsahuje celkem 14 otázek. Obsaženy jsou převážně uzavřené otázky typu baterie, u kterých je respondentům k dispozici škála od 1 – 5, na které mohou vyjádřit svou spokojenost či důležitost hodnocených faktorů. V dotazníku dále najdeme 2 filtrační otázky, 2 otevřené a 2 demografické otázky.

Dotazník, který byl sestaven pro segment rodičů, bude podáván k zodpovězení rodičům žáků 8. a 9. tříd Základní školy Pod Skalkou a obsahuje celkem 13 otázek (viz. Příloha 2). Podobně jako u dotazníků určených žákům základní školy tento typ dotazníků obsahuje převážně uzavřené otázky typu baterie, pomocí nichž budeme měřit spokojenost a důležitost jednotlivých faktorů. Další otázky se skládají z 2 otevřených, 2 filtračních a 2 demografických.

4.1.6 Technika výběru respondentů

Vzhledem k povaze výzkumu a tomu, že je realizován na základní škole, byli do základního souboru zvoleni žáci a rodiče 8. a 9. tříd. Důvodem této volby byla co nejvyšší vypovídací schopnost zjištěných dat. Mladší děti navštěvující nižší ročníky nemusí považovat kvalitní vzdělání za důležité, také je méně pravděpodobné, že mají vytvořen názor na školu a služby spojené se vzděláváním. Mohlo by se také stát, že by neporozuměli otázkám v dotazníku.

Dotazníky budou rozdány všem žákům ve všech třídách těchto ročníků a také jejím rodičům. Výběrový soubor tedy představuje veškeré žáky a rodiče 8. a 9. tříd. Základní škola Pod Skalkou má v roce 2014/2015 otevřeny dvě 8. třídy a dvě 9. třídy: 8.A, 8.B, 9.A, 9.B.

4.1.7 Předvýzkum – Pilotáž

Před samotnou realizací výzkumu bylo nutno provést předvýzkum, tzv. pilotáž, který má za cíl eliminovat případné chyby a nejasnosti v dotazníku. Dotazník byl rozdán k vyplnění deseti osobám v okruhu rodiny a známých. Osoby byly vybrány tak, aby se co nejvíce podobaly osobám výběrovému souboru. Pilotáž tedy byla zaměřena především na žáky posledních ročníků základních škol a jejich rodiče. Při vyplňování se u žádného respondenta nevyskytly problémy s vyplňováním či nepochopením otázky, proto nebyly potřebné dodatečné úpravy dotazníku.

4.1.8 Časový harmonogram

Veškeré činnosti související s přípravnou fází výzkumu byly prováděny v období prosinec 2014 – leden 2015, následovalo rozdělení dotazníků a sběr dat, který proběhl v průběhu měsíce února 2015. Data byla zpracována od konce měsíce února až do začátku měsíce března 2015. Následovala analýza zjištěných dat, která probíhala po celý měsíc březen 2015. Posledním krokem bylo vypracování návrhů a doporučení dle zjištěných dat a výsledků. Tento krok byl prováděn v měsíci dubnu 2015. Přesný rozpis časového harmonogramu můžeme vidět v tabulce Tab. 4.1.

Tab. 4.1 Časový harmonogram

Činnost	Období
Přípravná fáze	1. 12. 2014 - 31. 1. 2015
Sběr dat	9. 2. - 27. 2. 2015
Zpracování dat	27. 2. - 1. 3. 2015
Analýza dat	2. 3. - 31. 3. 2015
Návrhy a doporučení	1. 4. - 30. 4. 2015

4.2 Realizační fáze

V této části je popsána samotná realizace výzkumu a jsou zde zahrnuty přesné a konkrétní informace, které se týkají samotného získávání dat a jejich využití.

4.2.1 Sběr dat

Shromažďování dat probíhalo v období od 9. 2. do 27. 2. 2015. Dotazníky byly rozděleny ve všech 8. a 9. třídách ZŠ Pod Skalkou v celkovém počtu 150 kusů – 75 pro rodiče a 75 pro žáky. Žáci dotazníky vyplňovali v hodině občanské výchovy, díky tomu byla zaručena vysoká návratnost dotazníků. Rodičům byly dotazníky poslány k vyplnění domů a následně bylo na nich, zda dotazníky dodají po dětech zpět.

Z celkového počtu 75 dotazníků pro rodiče se vrátilo 43 vyplněných. Ze 75 dotazníků podaných k vyplnění žákům se dostalo zpět dohromady 63 dotazníků. Návratnost dotazníků tedy činila 84% za segment žáků a 57% za segment rodičů.

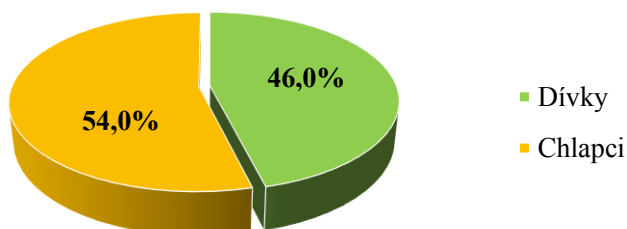
4.2.2 Způsob zpracování dat

Po sběru dotazníků bylo nutno provést kontrolu dat a případně vyřadit chybně vyplněné a neúplné dotazníky. Ze správně vyplněných dotazníků byla vytvořena datová matice v programu IBM SPSS Statistics 22 a následně byly v tomto programu prováděny analýzy. Při grafickém zpracování bylo využito také nástrojů programu Microsoft Excel.

4.2.3 Identifikační údaje pro segment žáků

V této části budou uvedeny identifikační údaje za segment žáků, kteří odpověděli na naše dotazníky.

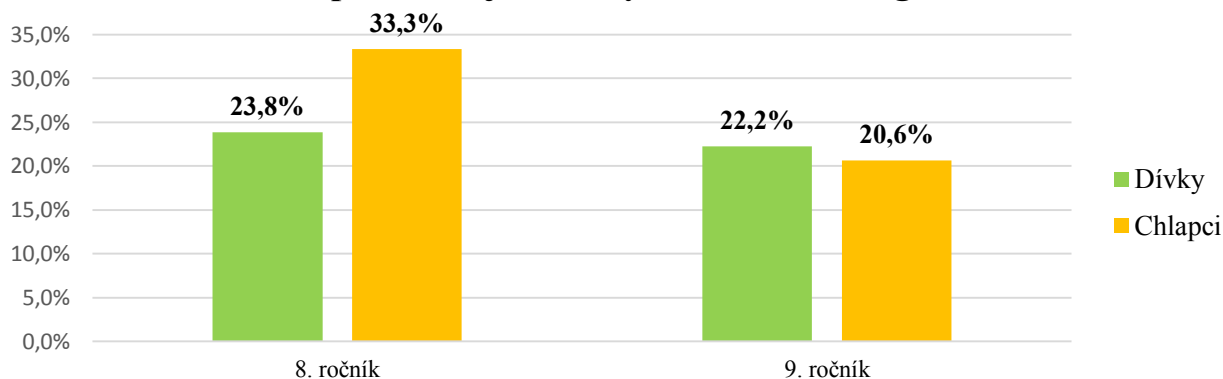
Rozdělení segmentu žáků dle pohlaví



Obr 4.1 Rozdělení segmentu žáků dle pohlaví

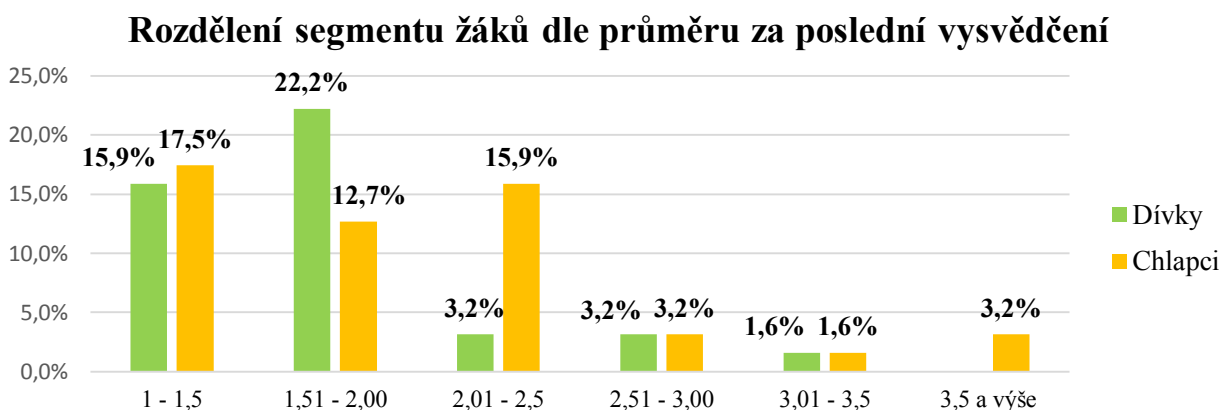
Z celkového počtu 63 dotazníků, na které odpovídali žáci školy, dotazník vyplnila přibližně polovina dívek (54%) a polovina chlapců (46%). Toto vyrovnané rozdělení respondentů je výhodné především z důvodu, že názory jednotlivých pohlaví žáků v našem výzkumu budou zastoupeny rovnoměrně. (viz. Příloha 3)

Rozložení pohlaví v jednotlivých třídách za segment žáků



Obr. 4.2 Rozložení pohlaví v jednotlivých třídách za segment žáků

V grafu (Obr. 4.2) je možné vidět, že v případě 9. tříd je rozložení pohlaví žáků vyrovnané. Za 8. třídu odpovídali více chlapci v celkovém počtu 21 (58%), ale i přes to se rozložení příliš neodchýlilo od rovnoměrnosti. Jelikož dotazníky byly ve třídách rozdávány bez přítomnosti tazatele a vyplňování bylo dobrovolné, nebylo možné zajistit úplné rovnoměrné rozložení segmentu žáků. Rozdělení pohlaví ale bylo nakonec ve všech třídách poměrně rovnoměrné. (viz. Příloha 3)



Obr. 4.3 Rozdělení segmentu žáků dle průměru za poslední vysvědčení

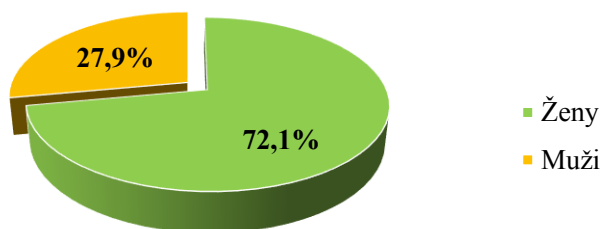
U žáků 8. a 9. tříd základní školy je snadné odhadnout a předvídat jejich věk a proto je tento faktor pro výzkum nedůležitý. Toto kritérium tedy nebylo zahrnuto do dotazníku a bylo ve výzkumu vynecháno. Jako vhodnější identifikační rys segmentu žáků byl zvolen dosažený průměr za jejich poslední vysvědčení.

Nejčastější dosahovaný průměr u dívek se pohyboval v intervalu 1,51 – 2,00. Chlapci se nejvíce hlásili k nejlepšímu průměru 1,00 – 1,50. Na rozdíl od dívek ale 2 chlapci uvedli průměr v intervalu 3,5 a vyšší. (viz. Příloha 3)

4.2.4 Identifikační údaje pro segment rodičů

V této části budou popsány identifikační údaje pro segment rodičů. Z celkového počtu 75 dotazníků, které byly rozdány rodičům, bylo zpět vráceno celkem 43 – celková návratnost dotazníků činila 57,3%.

Zastoupení pohlaví v segmentu rodičů

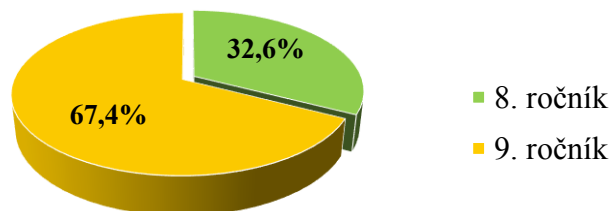


Obr 4.4 Zastoupení pohlaví v segmentu rodičů

Dotazníky, určené pro rodiče, byly zodpovídaný převážně ženami (72,1 %). Z celkového počtu 43 dotazníků ženy odpověděly na 31 z nich, 12 respondentů tvořili muži (27,9 %). (viz. Příloha 3)

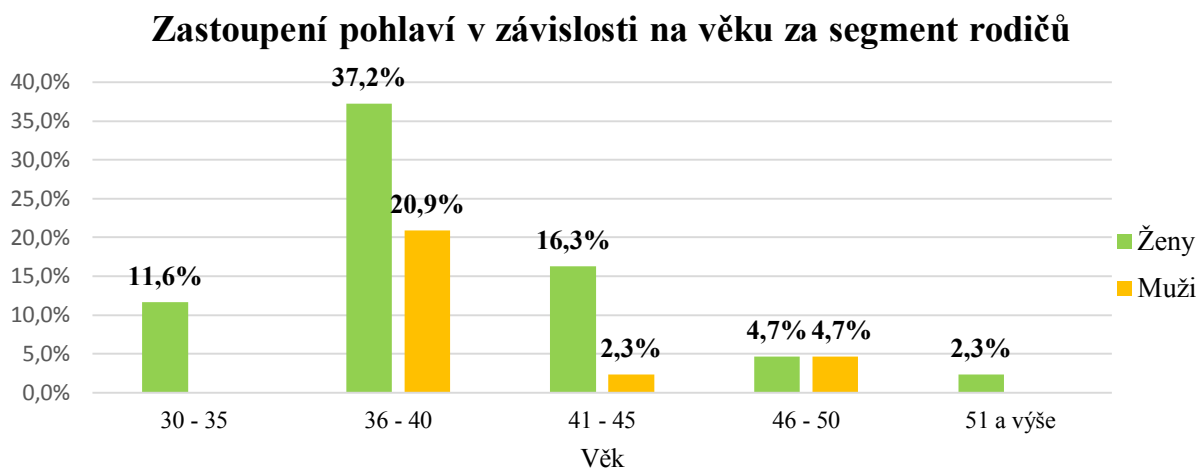
Rozložení je nerovnoměrné, ale nebylo jej možno ovlivnit, jelikož dotazníky byly posílány rodičům domů a vyplnění bylo dobrovolné. Toto rozdělení je způsobeno převážně tím, že jsou žáci zvyklí obracet se se školními záležitostmi a úkoly více na své matky. Z tohoto důvodu byly dotazníky vyplňovány nejvíce jimi.

Rozdělení segmentu rodičů dle ročníku dítěte



Obr. 4.5 Rozdělení segmentu rodičů dle ročníku dítěte

Struktura segmentu rodičů dle ročníku, který navštěvuje jejich dítě je nevyrovnaná. Více odpovídali rodiče žáků 9. tříd. V grafu (Obr. 4.5) je možno vidět procentuální poměr rodičů za jednotlivé ročníky jejich dětí.



Obr. 4.6 Zastoupení pohlaví v závislosti na věku za segment rodičů

Nejčastěji odpovídali rodiče ve věku 36 - 40 let. Do této skupiny se řadí většina odpovídajících žen i mužů (Obr. 4.6). V kategoriích věku 30 – 35 let a 51 a více let odpovídaly pouze ženy – 11,6 % a 2,3 %. (viz. Příloha 3)

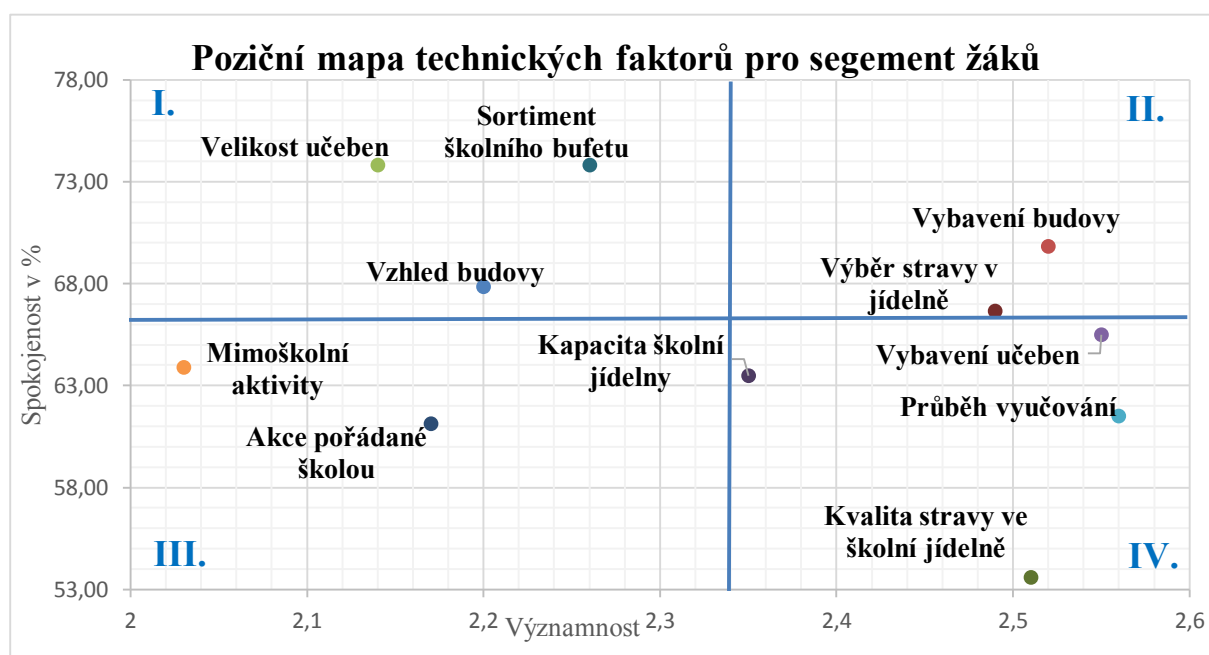
5 Analýza spokojenosti se vzděláváním

5.1 Analýza spokojenosti segmentu žáků a rodičů

Na základě otázek týkajících se hodnocení spokojenosti a významnosti za jednotlivé technické faktory byly vytvořeny bodové diagramy (Obr. 5.1 Poziční mapa technických faktorů pro segment žáků a Obr. 5.2 Poziční mapa technických faktorů pro segment rodičů).

V této kategorii segment žáků vyjádřil významnost a spokojenost u 11 faktorů, které jsou umístěny v kvadrantech poziční mapy (Obr. 5.1).

Při zpracování pozičních map bylo využito metody lineární interpolace (viz. Příloha 4), kdy bylo stanoveno, že hodnota 1 na hodnotící škále představuje 100 % a hodnota 5 vyjadřuje 0 %.



Obr. 5.1 Poziční mapa technických faktorů pro segment žáků

Kvadrant I., tzv. přeinvestované faktory, zobrazuje faktory, se kterými jsou respondenti spokojeni, ale nepřikládají jim příliš velkou významnost. Do tohoto kvadrantu se řadí velikost učeben, vzhled budovy a sortiment školního bufetu. Jedná se o faktory, které úzce nesouvisí s hlavním účelem školy – vzděláváním a jen dotváří příjemné prostředí a atmosféru ve školní instituci. Z tohoto důvodu jsou tyto faktory segmentem žáků celkově označovány jako méně významné.

Kvadrant II., tzv. motivátory, se vyznačuje vysokou spokojeností a také vysokou významností faktorů, které respondenti hodnotili. Z poziční mapy lze usoudit, že segment žáků je velmi spokojen s vybavením budovy. Žáci ve škole tráví podstatnou část svého dne, a proto je pro ně důležité, aby se v prostorách školy cítili příjemně.

Kvadrant III., tzv. faktory marginálních příležitostí, zachycuje mimoškolní aktivity a školou pořádané akce. S těmito volnočasovými aktivitami je segment žáků spokojen méně a není pro něj příliš významný.

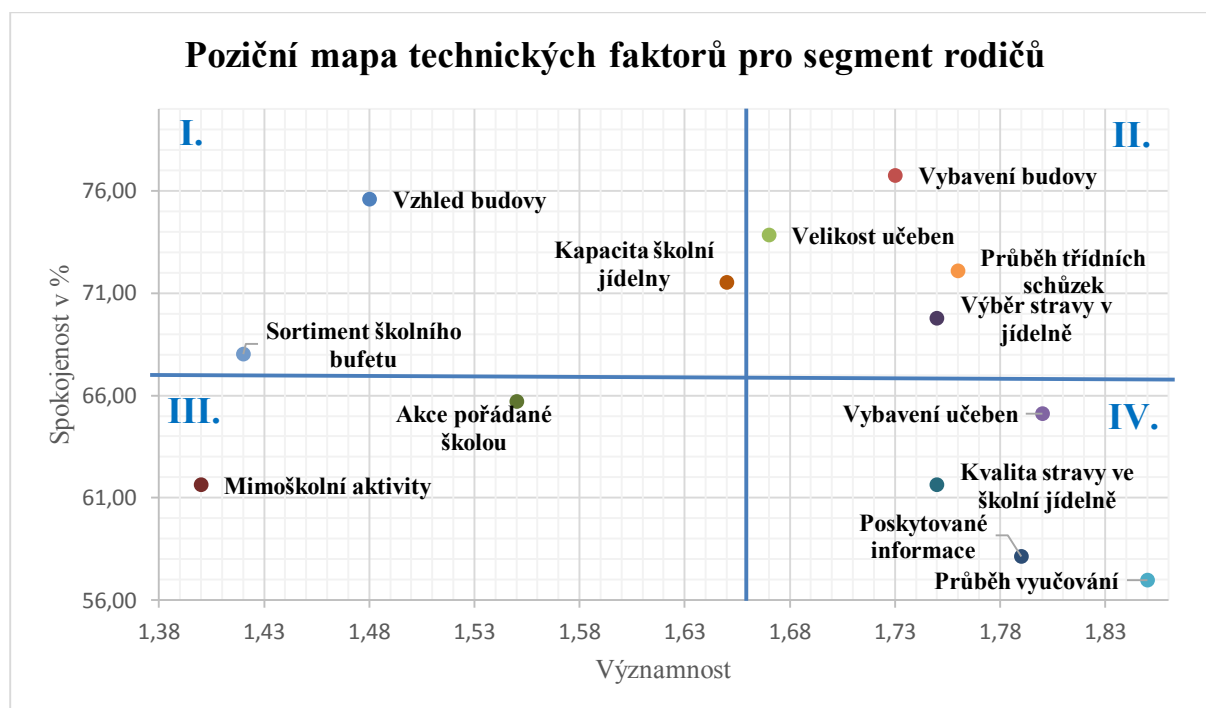
Kvadrant IV., tzv. faktory konkurenčních příležitostí, zahrnuje faktory, které jsou pro segment žáků velmi významné, ale není s nimi příliš spokojen. V poziční mapě (Obr. 5.1) je možno vidět faktory vybavení učeben, průběh vyučování a kvalitu stravy ve školní jídelně. Faktor průběh vyučování velice souvisí s hlavním účelem školy – poskytovaným vzděláním, a proto je segmentem žáků považován za nejvýznamnější. Podobně je na tom také faktor vybavení učeben, který také velice přispívá ke kvalitní výuce. V dnešní době žáci již od nízkého věku ovládají různé informační technologie, proto považují za důležité, aby učebny školy byly touto technikou vybaveny. V tomto kvadrantu se také nachází faktor kvalita stravy ve školní jídelně, kterou je myšleno chutné a zdravé jídlo. Škola musí dodržovat předpisy týkajících se skladby a pestrosti stravování ve školní jídelně, a proto není možno vždy vyhovět gastronomickým přáním žáků a strava je hodnocena nižší spokojeností.

Na rozhraní mezi II. a IV. kvadrantem se nachází faktor výběru stravy ve školní jídelně. Z této informace lze usoudit, že nabídka stravování přímo ve školních prostorách je pro žáky velmi důležitá a jsou s ní spokojeni, ale dalo by se v této oblasti zdokonalovat. Žáci mají možnost výběru z 2 - 3 jídel, což je poměrně uspokojující, ale někteří z nich by uvítali rozšíření nabídky stravy.

Kapacita školní jídelny je zobrazena v poziční mapě na rozhraní III. a IV. kvadrantu. S kapacitou školní jídelny žáci nejsou příliš spokojeni, ale významnost tohoto faktoru není příliš výrazná. Menší fronty či kratší čekání ve školní jídelně většině žáků příliš nevadí.

Výsledky za segment rodičů se příliš od výsledků za segment žáků nelišily, ale několik rozdílů lze pozorovat.

Rodičům bylo k hodnocení významnosti a spokojenosti podáno 13 faktorů – pokládány byly navíc otázky ohledně průběhu třídních schůzek a poskytovaných informací o prospěchu. Stejně jako u segmentu žáků byly tyto informace zaneseny do bodového diagramu (Obr. 5.2 Poziční mapa technických faktorů pro segment rodičů).



Obr. 5.2 Poziční mapa technických faktorů pro segment rodičů

Kvadrant I., tzv. přeinvestované faktory, obsahuje faktory jako je vzhled budovy, sortiment školního bufetu a kapacita školní jídelny. Jedná se o faktory, se kterými jsou rodiče spokojeni, ale nepřikládají jim vysokou významnost. Stejně jako u segmentu žáků i u tohoto segmentu jsou faktory umístěny v poziční mapě podobně. Vzhled budovy, kapacita školní jídelny či sortiment budovy netvoří podstatu hlavní služby školy – vzdělávání, proto se vyskytují v tomto kvadrantu. Jde o doplňkové služby, které nejsou z hlediska vzdělávání příliš podstatné.

Kvadrant II., tzv. motivátory, zobrazuje faktory, se kterými jsou rodiče spokojeni a považují je za důležité. Velikost učeben, vybavení budovy, průběh třídních schůzek či výběr stravy ve školní jídelně jsou z hlediska vzdělávání považovány za důležité faktory a škola dokáže zajistit jejich uspokojivou úroveň.

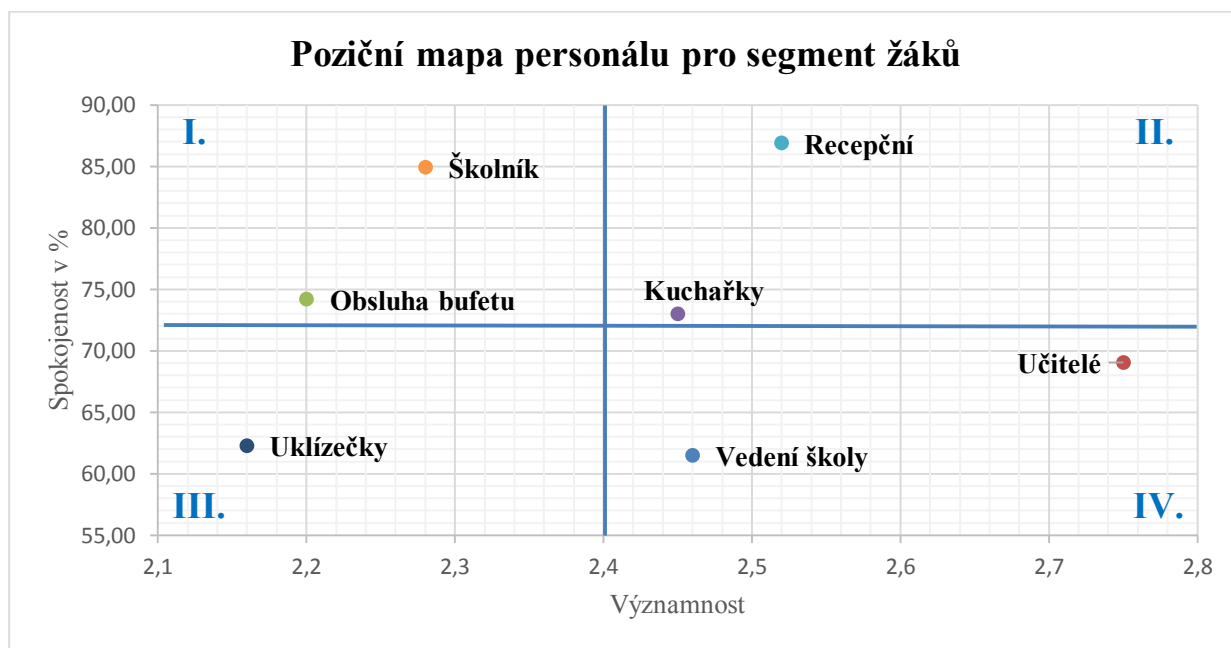
Kvadrant III., tzv. faktory marginálních příležitostí, zahrnuje stejně jako v případě segmentu žáků mimoškolní aktivity a školou pořádané akce. Segment rodičů není s těmito faktory příliš spokojen, ale nepřikládá těmto faktorům příliš vysokou významnost, jelikož se jedná o volnočasové aktivity a nejsou přímo spojeny s hlavním posláním školy – vzděláváním.

V kvadrantu IV., tzv. konkurenčních příležitostí, je možno vidět faktory, se kterými nejsou rodiče příliš spokojeni a přiřazují jim vysokou významnost. Jedná se o faktory vybavení učeben, kvalita stravy ve školní jídelně, poskytované informace a průběh vyučování. Nespokojenost s poskytovanými informacemi je způsobena zejména chybějícím internetovým hodnoticím systémem, který je na mnohých školách využíván a poskytuje lepší přístupnost k informacím o prospěchu žáků.

Na rozdíl od segmentu žáků segment rodičů přikládá poměrně velký význam velikosti učeben, kterou žáci hodnotili jako jeden z nejméně důležitých faktorů.

Žáci jsou nejméně spokojeni s kvalitou stravy ve školní jídelně, rodiče ale považují za nejméně uspokojivý průběh vyučování. Tento výsledek může být ale způsobem tím, že rodiče nemají přístup přímo do výuky a mohou hodnotit pouze podle referencí svých dětí.

Pro přehledné zpracování byl od technických faktorů oddělen personál a byl pro něj vytvořen vlastní bodový diagram významnosti a spokojenosti (Obr. 5.3 – Poziční mapa personálu pro segment žáků a Obr. 5.4 – Poziční mapa personálu pro segment rodičů).



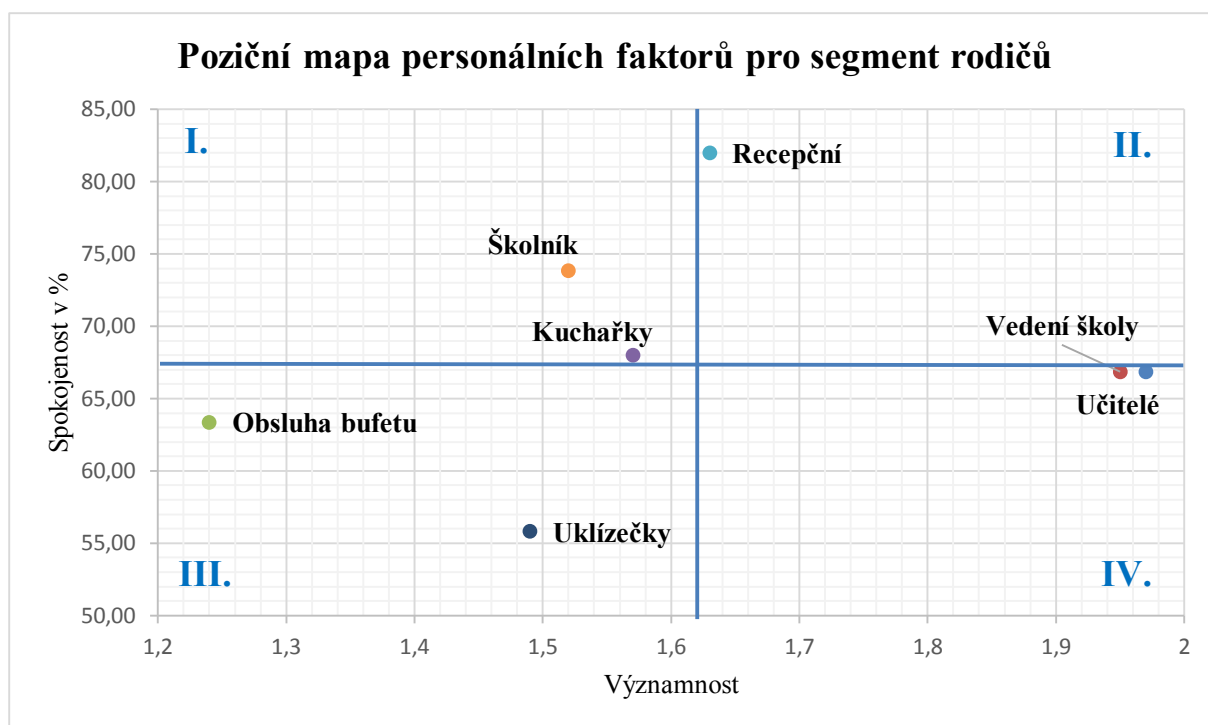
Obr. 5.3 Poziční mapa personálních faktorů za skupinu žáků

Kvadrant I., tzv. přeinvestované faktory, zobrazuje personál, se kterým jsou žáci spokojeni, ale z hlediska vzdělávání nemá velkou důležitost. Do tohoto kvadrantu se řadí obsluha školního bufetu a školník. Tento personál vykonává svou práci dobře, ale má na starosti doplňkové činnosti spojené se vzděláváním, proto jim z hlediska výuky žáci nepřirazují vysokou významnost.

Kvadrant II., tzv. motivátory, značí personál, se kterým je segment žáků velmi spokojen a také jim přikládá vysokou významnost. Jedná se o kuchařky školní jídelny a recepční. Možnost stravování v době školní docházky je vnímáno jako nedílná součást služeb školy, proto žáci považují kuchařky za velmi důležitý personál.

V kvadrantu III., tzv. faktorů marginálních příležitostí, je možno vidět personál, se kterým nejsou žáci příliš spokojeni a nepřikládají mu vysokou významnost. Do tohoto kvadrantu se řadí školní uklízečky. Tento personál nevykonává činnost úzce spojenou se vzděláváním, proto je vnímán žáky jako méně důležitý pro jejich učení.

Do kvadrantu IV., tzv. faktorů konkurenčních příležitostí, patří personál, který se vyznačuje nižší spokojeností a vysokou významností. Jedná se o vedení školy a učitele. Tento personál je velmi důležitý, jelikož vysoce souvisí se vzděláváním, tedy s hlavním posláním školy. Nízká spojenost žáků s učiteli, může být způsobena z důvodu, že žáci vnímají negativně, že jim učitelé zadávají domácí úkoly, zkouší je z probírané látky, apod. Neuvědomují si však, že je to nutná a nepostradatelná součást vyučování a vzdělávání.



Obr. 5.4 Poziční mapa personálních faktorů pro segment rodičů

V kvadrantu I., tzv. přeinvestovaných faktorů, je možno vidět personál, který segment rodičů považuje za uspokojivý, ale nevnímá ho z hlediska vzdělávání za významný. Do tohoto kvadrantu se řadí kuchařky školní jídelny a školník. Vykonávané činnosti tohoto personálu netvoří podstatu hlavního poslání školy – vzdělávání, proto jsou považovány za méně významné.

Kvadrant II., tzv. motivátory, zobrazuje personál, který segment rodičů hodnotí jako uspokojivý a také důležitý z hlediska vzdělávání. Jedná se o pracovníci na pozici recepční, kterou rodiče považují za poměrně důležitou, jelikož s ní přicházejí do styku hned po vstupu do školy a je prvním zdrojem informací, které rodiče potřebují. Tento parametr se ale nachází na rozhraní s kvadrantem I. Z této informace vyplývá, že většina rodičů si myslí, že recepční ve škole je důležitou součástí, ale někteří z nich by se bez ní obešli.

Kvadrant III., tzv. faktory marginálních příležitostí, značí personál, se kterým segment rodičů není příliš spokojen, ale nepřikládá mu vysokou významnost. Takto rodiče hodnotili kuchařky a obsluhu školního bufetu, jelikož služby školního bufetu a školní jídelny jsou pouze doplňkové činnosti k vzdělávání.

Kvadrant IV., tzv. faktory konkurenčních příležitostí, zobrazuje učitele a vedení školy. Tento personál se u segmentu rodičů vyznačuje menší spokojeností a vysokou významností. Učitelé i vedení školy je nedílnou součástí vzdělávání a mají velký vliv na celý průběh výuky,

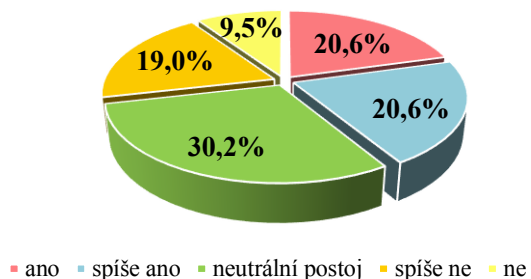
proto je pochopitelné že jsou jako personál vnímáni jako nejvíce důležitý. V tomto případě ale není nespokojenost příliš výrazná a tento personál se nachází na rozhraní s kvadrantem II, tzv. motivátorů a index spokojenosti učitelů (66,8%) a vedení školy (66,8%) se velmi blíží průměrnému indexu spokojenosti (68,1%). Tato informace vypovídá o tom, že když je potřeba, jsou učitelé i vedení školy k dispozici a je možné se o ně opřít.

Na rozdíl od žáků, rodiče nepovažují za příliš důležité vzhledem ke vzdělávání kuchařky či recepční, ale jsou s nimi také velmi spokojeni. Obsluhu bufetu hodnotili méně uspokojivě než žáci. Rodiče více vnímají tento personál jako podpůrný, který vykonává doplňkové služby ke vzdělávání, proto mu nepřikládají příliš velký význam.

Stejně jako žáci považují rodiče za nejdůležitější zaměstnance pedagogy. Učitele lze vnímat jako osoby, prostřednictvím nichž je vzdělávání poskytováno především, proto je významnost vysoká. Podobnou hodnotu důležitosti přikládají rodiče i vedení školy a jsou s těmito skupinami spokojeni více než žáci.

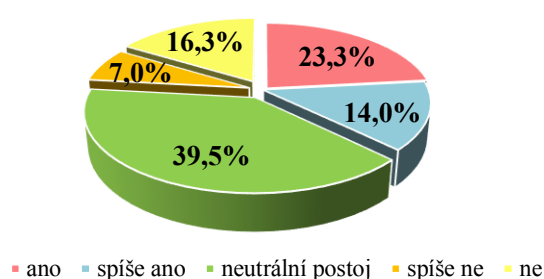
Posláním základní školy je nejen kvalitní výuka a vzdělání, ale také nutnost žáky co nejlépe připravit na následující studium na střední škole.

Spokojenost s informacemi o budoucím studiu za segment žáků



Obr. 5.5 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu za segment žáků

Spokojenost s informacemi o budoucím studiu za segment rodičů

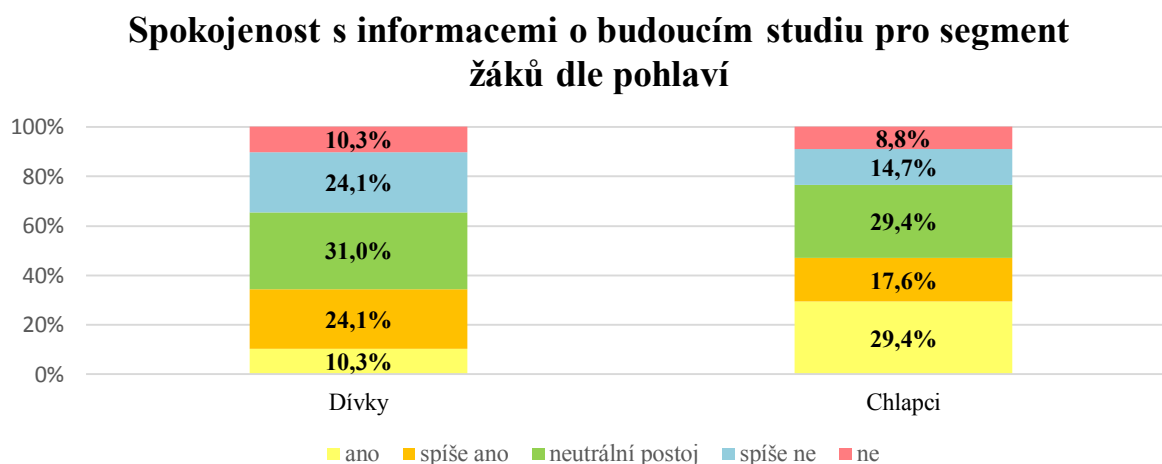


Obr. 5.6 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu za segment rodičů

Žákům i rodičům byly podávány otázky ohledně spokojenosti s informacemi o budoucím studiu na střední škole, které jim škola poskytuje.

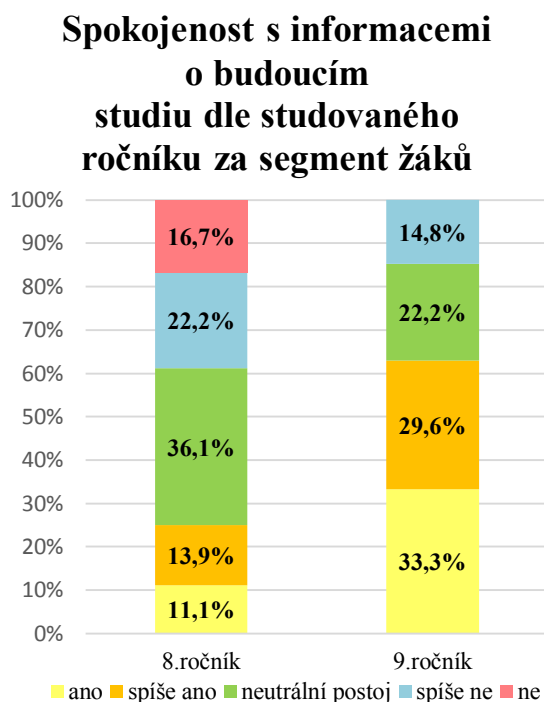
Rozdíly v případě hodnocení spokojenosti s tímto faktorem nebyly mezi jednotlivými segmenty příliš výrazné. V obou případech se úplná spokojenost pohybovala okolo 20 %.

V grafech (Obr. 5.5 a Obr. 5.6) je možno vidět, že v obou segmentech se respondenti více přiklání k pozitivnímu hodnocení spokojenosti. (viz. Příloha 3)

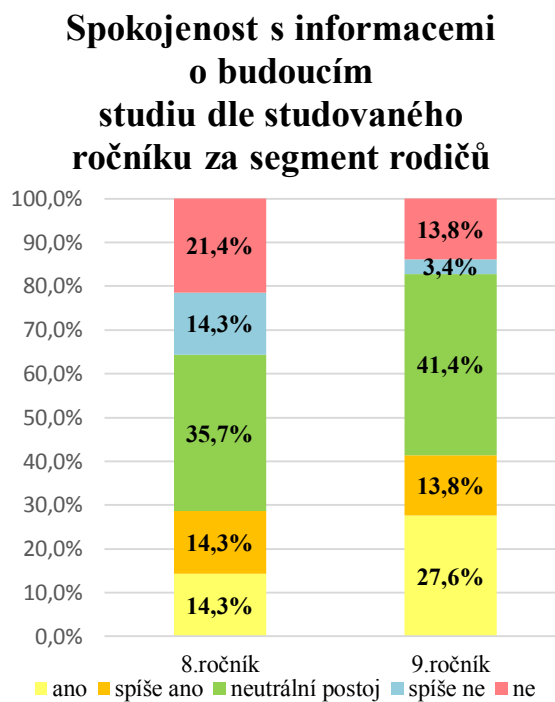


Obr. 5.7 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu pro segment žáků dle pohlaví

Spokojenosti v případě dívek je rozložena rovnoměrně, chlapci se více přiklínili k pozitivnímu hodnocení spokojenosti (Obr. 5.7). Zcela spokojeno a zároveň i nespokojeno je 10,3 % dívek. U chlapců byla zaznamenána vyšší spokojenost s poskytovanými informacemi o budoucím studiu než u dívek a celkem 29,4 % z nich je s informacemi úplně spokojeno. Naopak nespokojených chlapců je pouze 8,8 %. Dívky obecně berou školu zodpovědněji, proto mohou klást na tyto informace větší důraz a považují je za méně dostačující než hoši. (viz. Příloha 3)



Obr. 5.8 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu dle studovaného ročníku za segment žáků

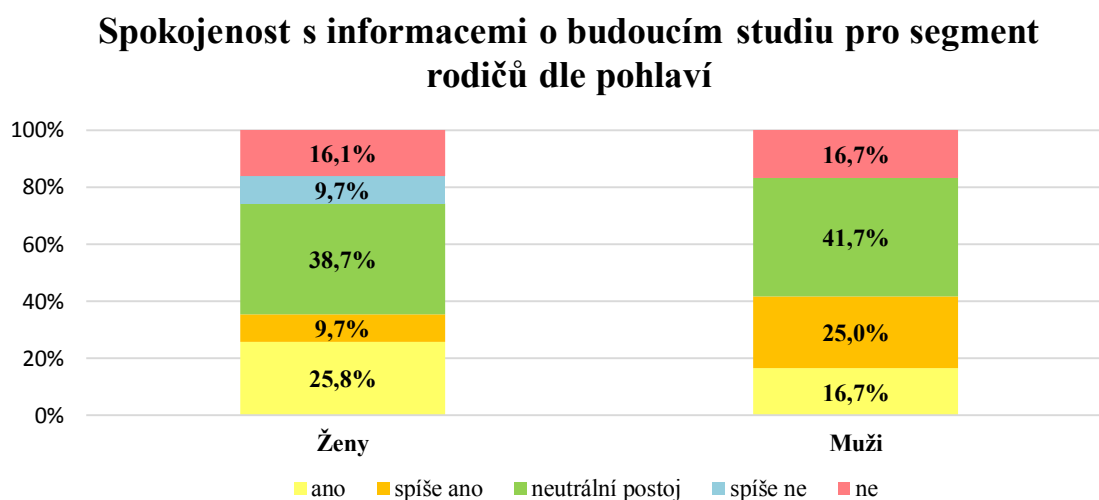


Obr. 5.9 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu dle studovaného ročníku za segment rodičů

Přijímací zkoušky na střední školu probíhají v průběhu 9. ročníku, proto je tento typ informací školou podáván především žákům tohoto ročníku. Žáci, kteří navštěvují poslední ročník povinné školní docházky, dostávají více informací o přijímacím řízení na střední školu, podmínkách přijetí a typech přijímacích zkoušek. Z tohoto důvodu byli respondenti 9. ročníku s tímto typem informací spokojeni více než respondenti 8. ročníku. V grafech (Obr. 5.8 a Obr. 5.9) je možno vidět, že 33,3 % žáků a 27,6 % rodičů, kteří odpovídali za 9. ročník, bylo zcela spokojeno s poskytovanými informacemi o budoucím studiu. U respondentů odpovídajících za 8. ročník byla naměřena vyšší nespokojenost. Z toho vyplývá, že by žáci i rodiče uvítali více informací týkajících se středních škol dříve než v závěrečném ročníku základní školní docházky. (viz. Příloha 3)

Výsledky, ohledně poskytovaných informací segmentu žáků v závislosti na dosažených průměrech za poslední vysvědčení žáka, byly poměrně rozmanité. Z tabulky 12 (viz. Příloha 3) vyplývá, že více než polovina žáků s výborným prospěchem, tzn. průměr 1,00 – 1,50, se přiklání ke kladné spokojenosti a považuje informace o budoucím studiu za uspokojivé. Zcela spokojených žáků s nejlepším průměrem, bylo 23,8 % a spíše spokojeno 33,3 %. Žáci, kteří

dosáhli v posledním vysvědčení průměru 1,51 – 2,00 se nejvíce přikláněli k neutrálnímu postoji (50 %). Velká část žáků této skupiny byla s informacemi nespokojena. Úplná nespokojenost byla zaznamenána u 9,1 % a k negativnímu hodnocení spokojenosti se také přiklánělo 18,2 % žáků. Vysoce spokojeni byli žáci, kteří dosáhli průměru 2,01 – 2,50 (25%) a naměřená nespokojenost v tomto případě činila 8,3 %. Podobně na tom byli i žáci s průměrem 2,51 – 3,00. Polovina (50 %) těchto žáků byla zcela spojena a k úplné nespokojenosti se nepřiklonil ani jeden žák. Do kategorie průměrů 3,01 – 3,50 a 3,51 a výše se zařadili vždy 2 žáci. V případě průměru 3,01 – 3,50 můžeme vidět, že jeden žák byl zcela nespokojen a druhý označil odpověď spíše spokojen. U skupiny s nejhorším průměrem byly zaznamenány opačné odpovědi, jeden žák byl zcela spokojen a druhý spíše nespokojen.



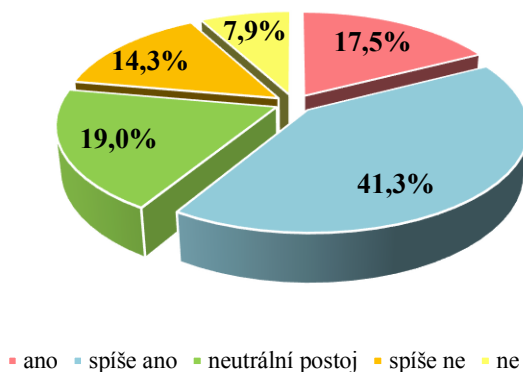
Obr. 5.10 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu pro segment rodičů dle pohlaví

Spokojenost u žen a mužů u segmentu rodičů byla téměř totožná (Obr. 5.10). Úplná spokojenost byla naměřena vyšší u žen (25,8 %), pokud je ale brán zřetel i na hodnoty „spíše spokojen“, jsou více spokojeni muži. (viz. Příloha 3)

Velmi nespokojeni s informacemi o budoucím studiu byli rodiče žáků ve věku 30 – 35. Naopak vyšší míra spokojenosti byla zaznamenána u rodičů ve věku 36 – 40 a 46 – 50 let. Respondenti ve věku 46 – 50 let se z 50 % přikláněli ke spokojenému postoji. (viz. Příloha 3)

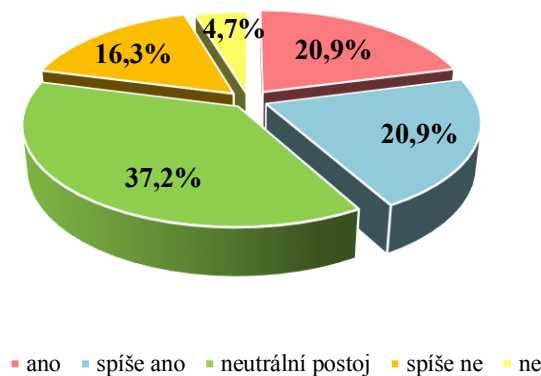
V souvislosti s poskytovanými informacemi ohledně budoucího vzdělávání byla respondentům jednotlivých segmentů pokládána otázka týkající se průběžné přípravy na přijímací zkoušky.

Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky za segment žáků



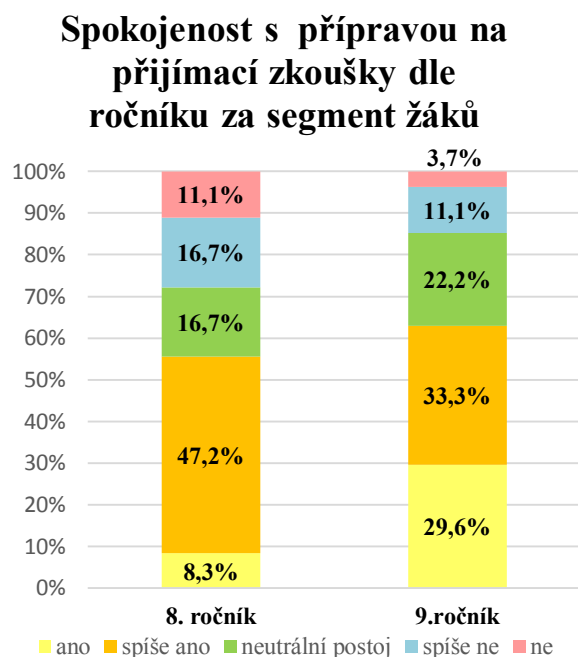
Obr. 5.11 Spokojenost žáků s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky

Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky za segment rodičů

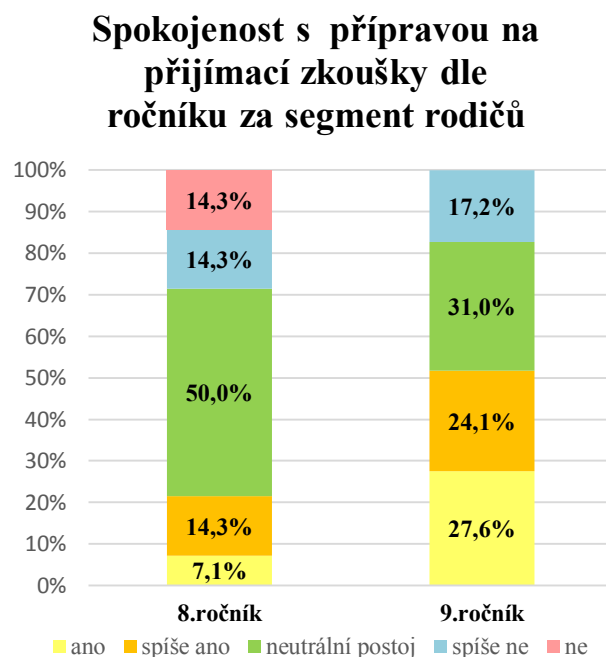


Obr. 5.12 Spokojenost rodičů s přípravou žáků na přijímací zkoušky

Spokojenost u segmentu žáků byla v tomto případě velmi kladná (Obr. 5.11 a Obr. 5.12). Celkem 41,3 % žáků bylo s přípravou na přijímací zkoušky spíše spokojeno a 17,5 % bylo zcela spokojeno. Segment rodičů byl na tom podobně a také se přikláněl k poměrně vysoké spokojenosti. (viz. Příloha 3)



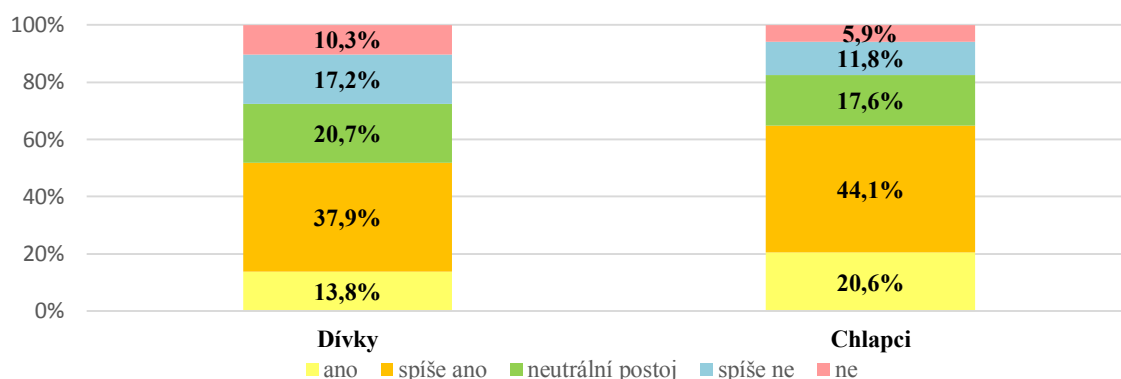
Obr. 5.13 Spokojenost s přípravou na přijímací zkoušky dle ročníku za segment žáků



Obr. 5.14 Spokojenost s přípravou žáků na přijímací zkoušky dle ročníků za segment rodičů

Stejně jako v případě poskytovaných informací ohledně budoucího studia na střední škole i v tomto případě je možno zaznamenat vyšší spokojenost u respondentů zastupujících 9. ročník. Žáci jsou v tomto ročníku připravováni na přijímací zkoušky intenzivněji a to se promítá jak do jejich celkové spokojenosti, tak do spokojenosti jejich rodičů (Obr. 5.13 a Obr. 5.14). Z tohoto výsledku lze usoudit, že škola své žáky uspokojivě a s předstihem připravuje na budoucí studium, ale zaměřuje se především na 9. ročníky. Žáci i rodiče 8. ročníků by uvítali posílení přípravy na přijímací řízení už v tomto roce. (viz. Příloha 3)

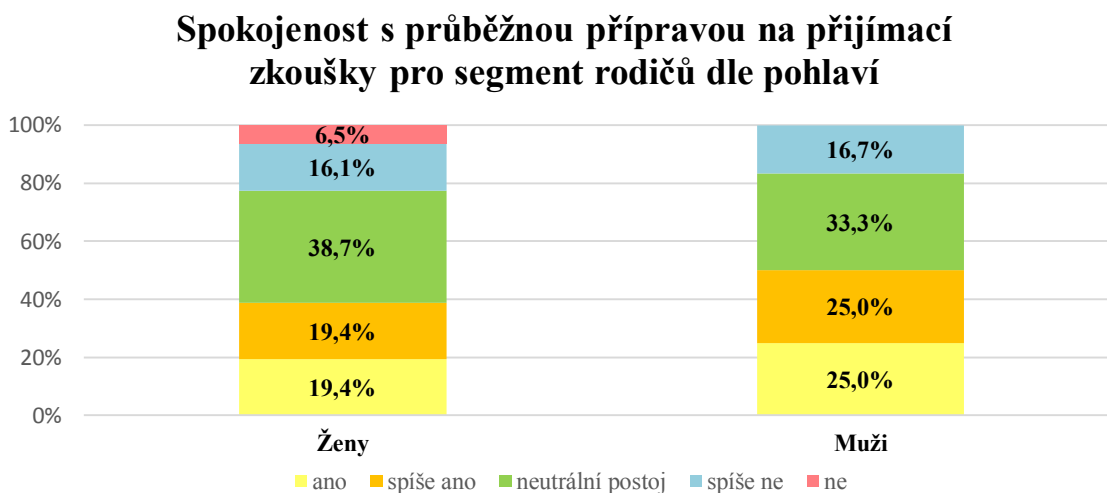
Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky pro segment žáků dle pohlaví



Obr. 5.15 Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky pro segment žáků dle pohlaví

Výsledky v rámci analýzy spokojenosti jednotlivých pohlaví s informacemi ohledně budoucího studia na střední škole (Obr. 5.7) byly potvrzeny i v případě přípravy na přijímací zkoušky (Obr. 5.15). Dívky jsou méně spokojené (13,8 %) než chlapci (20,6 %). Tento výsledek může být způsoben převážně faktem, že dívky jsou poctivější a berou přípravu na střední školu zodpovědněji než chlapci. (viz. Příloha 3)

Pokud budou brány v úvahu odpovědi úplně spokojen a spíše spokojen, je možno v Tabulce 20 (viz. Příloha 3) vidět, že žáci s dosaženým průměrem v intervalech 1 - 1,50, 1,51 – 2,00 a 2,01 – 2,50 hodnotili přípravu na přijímací zkoušky podobně. Spokojenost těchto skupin se pohybuje v rozmezí 50 -60 %. Polovina žáků s průměrem 2,51 – 3,00 byla spokojena, ale druhá polovina těchto žáků byla nespokojena. Žáci řadící se k nejhorším skupinám, tzn. 3,01 – 3,50 a 3,51 a výše byli s přípravou na přijímací řízení na střední školu ve velké míře spokojeni. Je tedy možné zaznamenat, že žáci s horšími známkami jsou více spokojeni. Tito žáci se ale pravděpodobně budou hlásit na školy, které nevykazují přísné podmínky přijetí, tzn. lehčí přijímací zkoušky, popřípadě žádné přijímací zkoušky. Z tohoto důvodu mohou být tito žáci více spokojeni s přípravou než žáci s lepšími známkami, jelikož na ně budoucí škola neklade tak vysoké nároky. Lze předpokládat, že se žáci s vysokým průměrem budou hlásit na školy typu gymnázia, obchodní akademie, apod., kde je k úspěšnému zvládnutí přijímacích zkoušek vyžadována intenzivnější příprava.



Obr. 5.16 Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky pro segment rodičů dle pohlaví

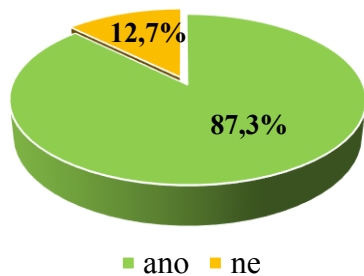
Z výsledků za jednotlivá pohlaví u segmentu rodičů vyplývá, že vyšší míru spokojenosti vykazují muži. Rozdíly mezi pohlavími nebyly příliš výrazné (Obr. 5.16). Mezi ženami se objevily ale i takové, které byly zcela nespokojeny (6,5 %). Takto nehodnotil přípravu na přijímací zkoušky žádný z mužů.

Z hlediska věku u segmentu rodičů byla úplná nespokojenost naměřena pouze u rodičů ve věku 41 – 45 let (25 %). Ostatní věkové skupiny byly převážně spokojeny. Nejvyšší úplná spokojenost byla zaznamenána u rodičů ve věku 36 – 40 let (28 %). (viz. Příloha 3)

Respondenti byli také dotazováni na hodnocení úrovně internetových stránek organizace. Kvalitní zpracování webu je v dnešní době vnímáno jako samozřejmost a internetové stránky představují významnou formu propagace školy. Z tohoto důvodu by se nemělo na tuto okolnost zapomínat ani v případě základní školy.

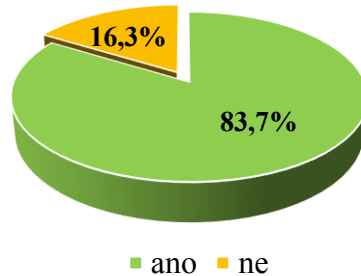
Žáci i rodiče mohou také na webu ZŠ Pod Skalkou rychle najít potřebné informace nejen o škole, ale také o školní jídelně, školním klubu, školních projektech či fotogalerii z proběhlých akcí.

Návštěva internetových stránek pro segment žáků



Obr. 5.17 Návštěva stránek pro segment žáků

Návštěva internetových stránek pro segment rodičů



Obr. 5.18 Návštěva stránek pro segment rodičů

Internetové stránky dosud navštívila většina žáků (87,3 %) i většina rodičů (83,7 %). Z tohoto výsledku vyplývá, že ve většině případů respondenti vyhledávají potřebné informace na internetových stránkách školy. Webové stránky Základní školy Pod Skalkou jsou velmi navštěvované. Pro školu jsou proto důležitým faktorem, který je nutno sledovat (Obr. 5.17 a Obr. 5.18). (viz. Příloha 3)

Internetové stránky Základní školy Pod Skalkou doposud navštívila většina odpovídajících dívek (89,7 %) i chlapců (85,3 %). (viz. Příloha 3)

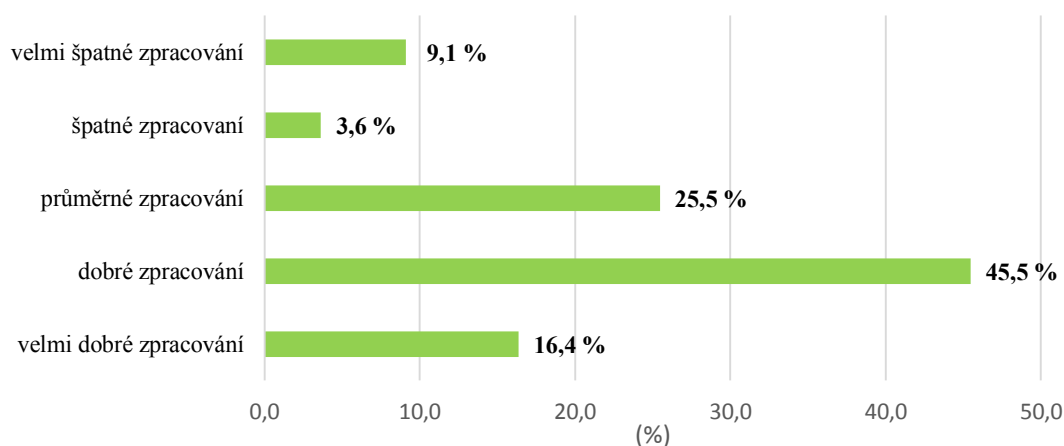
Všichni žáci s průměrem nad 3,00 navštívili internetové stránky. Žáci, kteří internetové stránky nenavštívili, se řadí do skupin s průměrem lepším než 3,00. Procento těchto žáků ale nebylo příliš vysoké. (viz. Příloha 3)

V rámci segmentu rodičů lze v Tabulce 27 (viz. Příloha 3) zaznamenat, že ženy navštívily internetové stránky v nadpoloviční většině (77,4 %). Mezi muži, kteří odpověděli na dotazník, nebyl ani jeden, který by se na web školy alespoň jednou nepodíval.

Rodiče ve věku 46 let a více alespoň jednou navštívili internetové stránky. V případě ostatních skupin bylo zaznamenáno, že přibližně $\frac{1}{4}$ v každé kategorii stránky nenavštívila. (viz. Příloha 3)

Žákům i rodičům, kteří internetové stránky v minulosti navštívili, byla podávána otázka ohledně spokojenosti s úrovní zpracování internetových stránek. Tato otázka zahrnovala například grafické zpracování, intuitivní orientaci, dostupnost informací, přehlednost a celkovou úpravu.

Spokojenost s úrovní internetových stránek za segment žáků



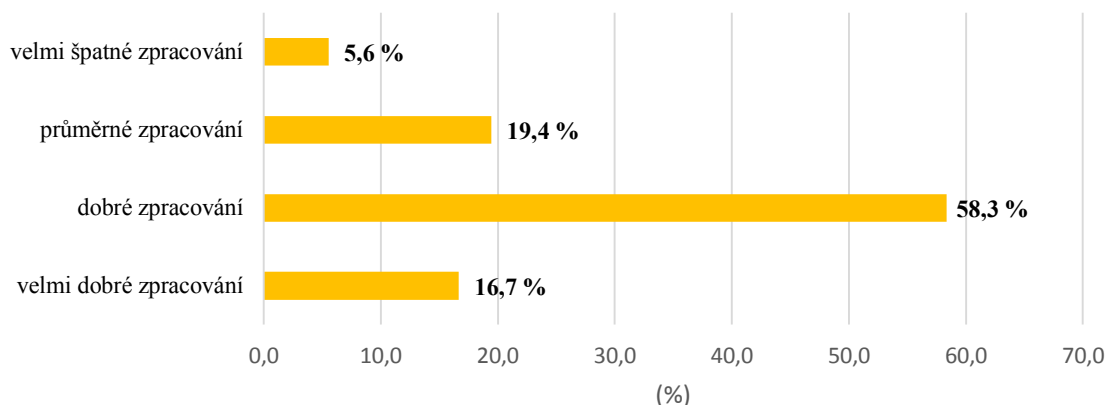
Obr. 5.19 Spokojenost žáků s úrovní internetových stránek

Více než polovina žáků (61,8%) hodnotí školní web jako kvalitně či dobře zpracovaný s pěkným grafickým zpracováním obsahující všechny potřebné informace, které žáci vyhledávali. (Obr. 5.19)

Dívky se přikláněly k vysokému hodnocení spokojenosti úrovně internetových stránek, celkem 19,2 % z nich bylo s jejich zpracováním velmi spokojeno. U dívek také nebyly zaznamenány názory, že stránky jsou velmi špatně zpracovány. Oproti dívkám 17,2 % chlapců hodnotilo zpracování internetových stránek jako velmi neuspokojivé. Celková spokojenost chlapců byla nižší než spokojenost dívek. (viz. Příloha 3)

V Tabulce 31 (viz. Příloha 3) lze zaznamenat, že internetové stránky ZŠ Pod Skalkou jsou velmi dobře hodnoceny mezi všemi skupinami žáků s různými dosaženými průměry. Žáci s výborným průměrem a s průměrem do 2,00 více hodnotili stránky jako velmi dobře zpracované. Na žáky s průměrem vyšším než 2,00 působí web také příjemně a hodnotí jeho zpracování převážně jako dobré.

Spokojenost s úrovní internetových stránek za segment rodičů



Obr. 5.20 Spokojenost rodičů s úrovní internetových stránek

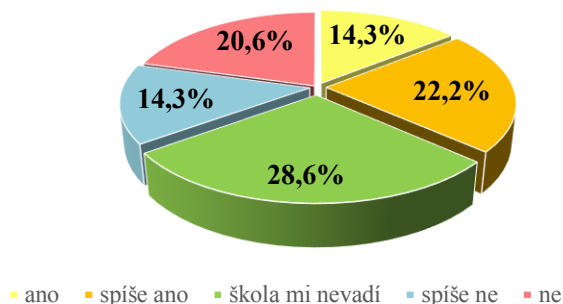
Rodiče hodnotili internetové stránky velmi podobně jako žáci. Většina rodičů je spokojena se zpracováním webu školy a hodnotí jeho zpracování jako dobré či velmi dobré. Škola tedy může své stránky považovat za silnou stránku, pomocí níž se velmi dobře propaguje veřejnosti. (Obr. 5.20)

Celkem 75 % žen hodnotilo úroveň internetových stránek pozitivně, muži se přiklonili ke kladným odpovědím ve stejné míře. Muži ale vykazovali nižší úplnou spokojenost, tzn. hodnocení stránek jako velmi dobře zpracované, a pouze 8,3 % z nich bylo zcela spokojeno. U mužů se také vyskytl názor, že jsou stránky velmi špatně zpracované, který ženy nezastávaly. (viz. Příloha 3)

Rodiče, kteří hodnotili stránky nejlépe, byli ve věku 41 – 45 let. Dohromady 50 % z nich považují stránky za velmi dobře zpracované a 33,3 % zastává názor, že je web školy zpracován na dobré úrovni. V rámci kategorie věku 51 a více odpovídal pouze jeden rodič, který také považuje internetové stránky za velmi kvalitní. Velmi špatné hodnocení úrovně bylo naměřeno pouze u skupiny ve věku 36 – 40 let (9,5 %). (viz. Příloha 3)

Žáci by se měli především cítit ve škole příjemně a měli by školu navštěvovat rádi. Z tohoto důvodu byli dotazováni, zda chodí do školy rádi a jak vnímají školní prostředí na Základní škole Pod Skalkou v Rožnově pod Radhoštěm.

Oblíbenost návštěvy školy za segment žáků

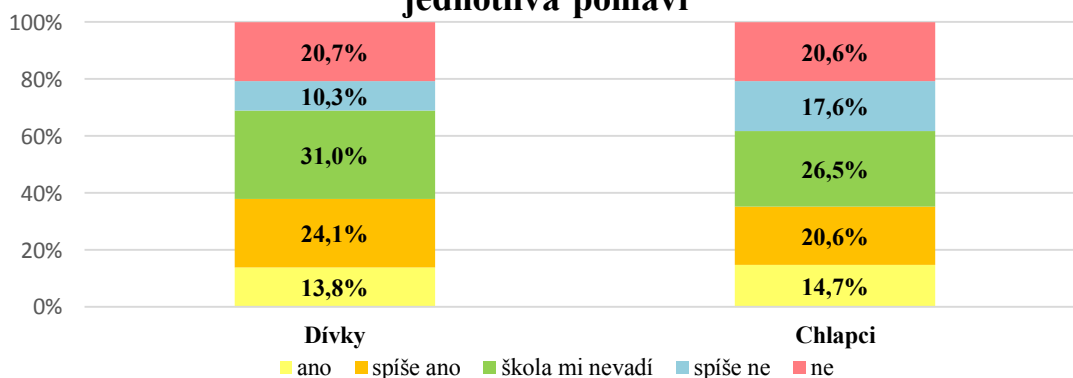


Obr. 5.21 Oblíbenost návštěvy školy za segment žáků

Názory dětí ohledně toho, zda chodí do školy rádi, jsou velmi rozmanité (Obr. 5.21). Nejvíce žákům škola nevadí a zastávají neutrální postoj (28,6 %). Velikost skupiny žáků, která se přiklání ke kladnému postoji k návštěvě školy a skupiny, která nerada chodí do školy, je přibližně stejná. Žáci s kladným vztahem k návštěvě školy tvoří celkem 36,5 %. Žáků, kteří do školy chodí zcela neradi a spíše neradi, je dohromady 34,9 %. (viz. Příloha 3)

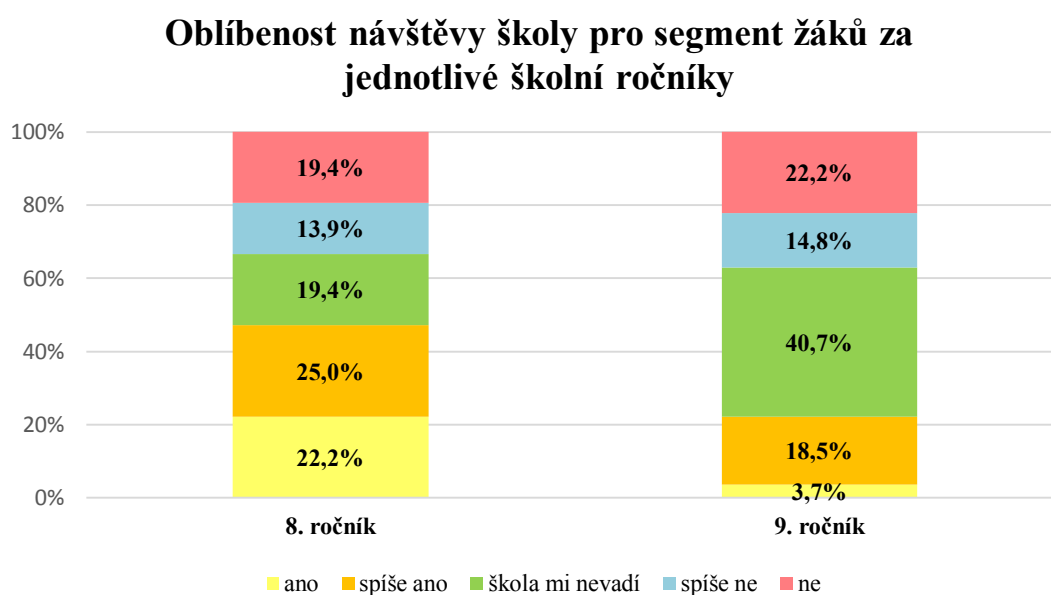
Obecně se předpokládá, že dívky mají návštěvu základní školy více v oblibě než chlapci. Tento předpoklad potvrzuje šetření TIMSS (Trends in International Mathematics and Science Study), které v České republice realizovala Česká školní inspekce. Dle výsledků tohoto výzkumu české dívky (82 %) chodí do školy raději než čeští chlapci (63 %). [11]

Oblíbenost návštěvy školy pro segment žáků za jednotlivá pohlaví



Obr. 5.22 Oblíbenost návštěvy školy pro segment žáků za jednotlivá pohlaví

Ve výzkumu u Základní školy Pod Skalkou se pravidlo, že dívky chodí do školy raději, potvrdilo, ale rozdíl mezi jednotlivými pohlavími nebyl příliš výrazný (Obr. 5.22). Dívky, které se přiklání k tomu, že chodí do školy rády, tvoří skupinu o velikosti 37,9 %. Chlapci se od dívek lišily pouze o 2,6 % a celkem jich do školy chodí rádo 35,3 %. Podobně velkou skupinu u dívek i chlapců ale tvoří i ti, kteří do školy chodí neradi, tzn. u dívek 31,0 % a u chlapců 38,2 %. (viz. Příloha 3)



Obr. 5.23 Oblíbenost návštěvy školy pro segment žáků za jednotlivé školní ročníky

Z grafu (Obr. 5.23) lze usoudit, že žáci 8. ročníků chodí do školy raději. 22,2 % z nich si bylo zcela jisto oblibou návštěvy školy a 25,0 % se přiklání ke kladnému postoji. Naopak u 9. ročníků byla oblíbenost návštěvy znatelně nižší. Tento fakt může být způsoben, že právě v posledním roce základní školní docházky jsou na žáky kladeny větší požadavky především z důvodu výběru střední školy a přípravy na přijímací řízení středních škol. (viz. Příloha 3)

Žáci s nejlepším průměrem, tzn. 1,00 – 1,50 chodí do školy rádi. Dle dosaženého průměru nemají problém s prospěchem a lze usuzovat, že je učení baví. Nejméně rádi školu navštěvují žáci s průměrem 1,51 – 2,00 a 2,01 – 2,50. Naopak žáci s průměrem vyšším než 2,50 se často přiklání k tomu, že školu navštěvují rádi. (viz. Příloha 3)

Nedílnou součástí výzkumu bylo také zjištění, jaké změny ve školním prostředí by žáci a rodiče do budoucna uvítali. Díky prozkoumání těchto názorů bude možno odhalit přání a potřeby žáků a rodičů, které doposud nemusely být škole zřejmé. Návrhy na budoucí vylepšení školy získané přímo od respondentů budou velmi nápomocné, jelikož díky nim budou lépe přizpůsobeny finální doporučení. (viz. Příloha 3)

Žáci by nejvíce uvítali modernizaci IT technologií (27%). Přejí si, aby škola modernizovala zastaralé počítače, počítačové vybavení, projektory či zavedla více interaktivních tabulí. Ve výše zmiňované poziční mapě (Obr. 5.1) můžeme vidět, že spokojenost s vybavením učeben nebyla příliš vysoká, což nejvíce souvisí právě s IT technologiemi. V souvislosti s tímto doporučením žáci také zmiňovali, že by bylo vhodné, aby učitelé zvládali ovládat tyto technologie. Pokud pedagogové neumí toto vybavení používat či neznají možnosti jejich využití ve výuce, ztrácejí tyto IT technologie smysl. Škola pak zbytečně vynakládá prostředky do nových technologií, které nejsou správně využity a neumí se s nimi pracovat. V Tabulce 39 (viz. Příloha 3) lze vidět, že se zde vyskytly také návrhy na zavedení tabletů do výuky (11,1 %). Tento krok by mohl být krokem k velké modernizaci výuky. Jedná se ale o krok velmi finančně náročný a je pravděpodobné, že by žáci tablety zneužívali v době výuky k jiným činnostem. Žáci zmínili, že by uvítali ve škole také wi-fi připojení. Zavedení této sítě by také mohlo mít negativní vliv na pozornost dětí ve výuce, proto je nutné se zamyslet, zda je tento požadavek z hlediska školního prostředí vhodný. Zdokonalení v oblasti IT technologií by mohlo učinit průběh výuky zajímavější a zábavnější, což byl také jeden z návrhů žáků na zdokonalení (6,3 %).

Velmi vítaným vylepšením školy by byla modernizace školního hřiště (19%). Hřiště je vybaveno poměrně novým dopravním hřištěm, které ale nejvíce slouží dětem nižších ročníků. Gymnastické a atletické pomůcky jsou již v zastaralejším stavu, proto by bylo vhodné zvažovat jejich modernizaci.

Žáci také uvádí, že by se rádi dozvěděli více informací ohledně budoucího studia na střední škole (7,9 %). Dle našich předchozích analýz můžeme usuzovat, že žáci jsou spíše spokojeni s poskytovanými informacemi, přesto by nebylo špatně zaměřit se na informovanost žáků o něco více. K tomuto tématu je možné se dozvědět více v předchozí části této kapitoly.

V poziční mapě technických faktorů pro segment žáků (Obr. 5.1) jsme se mohli dozvědět, že žáci nejsou spokojeni s mimoškolními aktivitami a školou pořádanými akcemi. Tento fakt odráží také to, že žáci uvedli, že by uvítali více takovýchto akcí či aktivit pro vyšší ročníky (9,5 %).

Mezi méně frekventované návrhy na vylepšení patří zdravější obědy (9,5 %), kde také můžeme nalézt souvislost s vysokou nespokojeností žáků s kvalitou stravy, kterou můžeme vidět v poziční mapě technických faktorů pro segment žáků (Obr. 5.1).

Žáci by také uvítali vylepšení skříněk v prostorách školní šatny (7,9 %). Jak můžeme vidět v poziční mapě technických faktorů za skupinu žáků (Obr. 5.1), vybavení budovy, mezi které spadá i prostor šaten, je pro žáky velmi důležité. Možnost pohodlně si uschovat své věci by proto neměla být opomíjena.

Pouze jeden žák uvedl, že by uvítal internetový systém hodnocení (1,6%), pomocí něhož by byly informace o prospěchu dostupné on-line.

Při srovnání návrhů žáků a rodičů je možné zjistit, že doporučení jsou podobná. Vyskytuje se zde ale několik rozdílů. (viz. Příloha 3)

V Tabulce 40 (viz. Příloha 3) lze v návrzích nalézt největší rozdíl mezi jednotlivými skupinami především v případě zavedení internetového systému, který by měl za úkol evidovat informace o prospěchu žáků a jejich známky. Tento systém je skupinou rodičů velmi žádaný (21,4 %), jelikož by měli kdykoliv možnost nahlédnout na hodnocení prospěchu svého dítěte. Současný systém poskytování informací není uspokojivý, což můžeme vidět ve výše zmíněné poziční mapě technických faktorů pro segment rodičů (Obr. 5.2).

Podobně jako žáci i jejich rodiče nejvíce navrhovali modernizaci školního hřiště (28,6 %) a IT technologií (19 %), kterými jsou vybaveny učebny. Objevili se zde také návrhy na využití tabletů ve výuce (11,9%), zdravější a chutnější obědy (9,5 %) či více informací o středních školách (7,1%). Netradičním návrhem, který uvedl jeden rodič (2,4 %), bylo zavedení „brigád“ pro žáky například ve formě hrabání listí, úklid odpadků nebo péče o rostliny v okolí školy.

6 Návrhy a doporučení

V této kapitole byly využity předchozí výsledky z analýzy dotazníkového šetření, pomocí nichž budou zpracovány návrhy a doporučení pro Základní školu Pod Skalkou. Tyto doporučení by měly přispět k celkovému růstu spokojenosti žáků a rodičů.

Při tvorbě návrhů a doporučení pro základní školu bylo využito především pozičních map technických a personálních faktorů sestavené pro segment žáků a pro segment rodičů (Obr. 5.1, Obr. 5.2, Obr. 5.3, Obr. 5.4). Velmi přínosná byla také otevřená otázka týkající se toho, jaká vylepšení školy by respondenti v budoucnosti uvítali.

Škola by měla provést opatření především u faktorů, které jsou v pozičních mapách jednotlivých segmentů hodnoceny vysokou významností a nízkou spokojeností (Kvadrant IV., tzv. konkurenčních příležitostí).

V tomto kvadrantu poziční mapy technických faktorů pro segment žáků (Obr. 5.1) je možno vidět faktory: vybavení učeben, průběh vyučování, kvalita stravy ve školní jídelně a kapacita školní jídelny. V případě poziční mapy technických faktorů pro segment rodičů (Obr. 5.2) jsou ve IV. Kvadrantu zobrazeny faktory: vybavení učeben, kvalita stravy ve školní jídelně, poskytované informace a průběh vyučování.

6.1 Vybavení učeben

Faktor vybavení učeben byl segmentem rodičů i žáků hodnocen jako velmi významný, ale nebyli s ním velmi spokojeni (Obr. 5.1 Poziční mapa technických faktorů pro segment žáků a Obr. 5.2 Poziční mapa technických faktorů pro segment rodičů). Tento parametr je z hlediska vzdělávání velmi podstatný a proto je pochopitelné, že i respondenti ho hodnotili jako velmi důležitý. V moderní době se považuje práce s informačními technologiemi za samozřejmost a tyto technologie jsou nepostradatelné ve všech odvětvích ekonomiky. Školství není výjimkou a i v této oblasti je využití moderních technologií velmi důležité a dokáže zjednodušit, zefektivnit a zatraktivnit práci i výuku. Požadavek na inovaci informačních technologií je možno vidět v Tabulce 39 a Tabulce 40 (viz. Příloha 3).

Základní škola Pod Skalkou by proto měla modernizovat zastaralé počítače, počítačové příslušenství a zavést více projekčních technologií a více interaktivních tabulí. Nový projektor se pohybuje v cenovém rozmezí 15 000 – 30 000 Kč, nová interaktivní tabule by vyžadovala

investici ve výši 50 000 – 250 000 Kč. Nákup počítačů by představoval zátěž pro školní rozpočet ve výši 5 000 – 15 000 Kč za jeden počítač.

V souvislosti s informačními technologiemi bylo možné v dotazníku vidět připomínky ohledně ovládání tohoto vybavení samotnými učiteli. Je nutné, aby pedagogové uměli ovládat veškeré vybavení a znali jeho možnosti. Bez těchto znalostí není vybavení správně využíváno a ztrácí na efektivitě. Z tohoto důvodu by bylo vhodné pravidelně školit učitele v oblasti základních znalostí informačních technologií. V případě nákupu nových moderních přístrojů (např. interaktivní tabule) je třeba zajistit pedagogům adekvátní školení, aby znali všechny možnosti využití tohoto vybavení přímo ve výuce. Několik žáků také uvedlo, že by uvítali zábavnější vyučování, což by mohlo být splněno právě lepším využitím informačních technologií ve výuce.

U žáků i rodičů bylo možno vidět také požadavek ohledně zahrnutí tabletů do výuky (viz. Příloha 3). Tablety začínají být velmi populární a pomalu nacházejí praktické využití i ve školní výuce. Největším pozitivem tabletů je především možnost nahrazení klasických učebnic. Pro školu by bylo ale pořízení tabletů pro každého žáka ze svého rozpočtu velmi náročné.

Řešením problému tabletů ve výuce by mohl být projekt Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy s názvem „Digitální vzdělávání/Touch your future“. Jde o projekt, který má za úkol podporu využití informačních a komunikačních technologií ve školách všech stupňů. V úvodní etapě je navrhováno nasadit zařízení typu touch-pad/tablet do vybraných tříd základních a středních školy, v závěrečné fázi by pak podle projektu mohly být tablety nabídnuty školám plošně. Součástí tohoto projektu by mělo být i vzdělávání a příprava pedagogů pro práci s touto technologií ve výuce. Financování projektu by mělo být z velké části hrazeno z prostředků Evropské unie, část ze státního rozpočtu a dle strategického záměru by se do financování mohla zapojit i soukromá sféra. [23]

6.2 Školní jídelna

Z poziční mapy technických faktorů pro segment žáků (Obr. 5.1) lze zjistit, že nejnižší spokojenost byla u žáků zaznamenána u faktoru kvality stravy ve školní jídelně. Rodiče sice nepovažovali tento faktor za nejméně uspokojivý, ale dle jejich spokojenosti a přiřazené významnosti, se řadí tento faktor také do IV. Kvadrantu, tzv. konkurenčních příležitostí (Obr. 5.2). Požadavek zkvalitnění stravy lze možno také vidět ve výsledcích otevřené otázky, která se týkala návrhů respondentů na budoucí vylepšení školy. (viz. Příloha 3)

Pro Základní školu Pod Skalkou by bylo vhodné zdokonalit se v oblasti kvalitního a zdravého stravování. Vedení školní jídelny musí znát a plnit mnoho předpisů a dodržovat přísné zásady hygieny, proto není vždy možné vyhovět ve všech směrech přáním žáků či rodičů ohledně nabízené stravy.

Řešením této situace pro Základní školu Pod Skalkou by mohlo být zapojení do projektu „Skutečně zdravá škola“, který přináší výhody nejen pro vedení školy, pedagogy, zřizovatele školy či pracovníky školní jídelny, ale především žákům a rodičům. [24]

Tento projekt komplexně řeší stravování a zlepšuje styl stravování dětí, což se následně promítá do jejich zdraví. Pomáhá z dětí tvořit budoucí uvědomělé spotřebitele tím, že rozvíjí jejich dovednosti a návyky. Mezi hlavní cíle projektu „Skutečně zdravá škola“ patří zvýšení množství zeleniny, snížení množství cukrů, striktní limit na používání polotovarů, zákaz dochucování jídel glutamátem, přednostní využívání čerstvých surovin v jídlech připravovaných školní jídelnou. Škola zapojená do projektu postupně plní stanovené kritéria v oblasti stravování a po prokázání splnění těchto měřítek získává certifikáty – bronzový, stříbrný, zlatý. Pro Základní školu Pod Skalkou by mohl tento krok znamenat zvýšení atraktivity a prestiže školy, což představuje následný nárůst počtu žáků, tzn. více peněz do rozpočtu školy. [25]

Kapacitu školní jídelny hodnotili rodiče vysokou spokojeností, ale poněkud nízkou významností, tzn. I. Kvadrant, tzv. přeinvestovaných faktorů (Obr. 5.2). Naopak, v případě žáků, je možno vidět, že spokojenost je oproti rodičům výrazně nižší (Obr. 5.1). V obou případech se ale faktor nachází blízko průměrné významnosti, proto lze usoudit, že menší fronty či kratší čekání žákům i rodičům výrazně nevadí a nepřikládají jí velkou důležitost, a tak není třeba výrazných opatření.

Základní škola Pod Skalkou nemá k dispozici prostory, kde by mohla rozšířit kapacity školní jídelny. Nejlepším krokem proto bude zajištění takového časového harmonogramu návštěvy školní jídelny jednotlivých tříd, aby se v těchto prostorech v jeden čas nepotkávalo spoustu dětí.

6.3 Poskytované informace o prospěchu

Ve IV. kvadrantu poziční mapy technických faktorů pro segment rodičů (Obr. 5.2) je zobrazen faktor poskytované informace o prospěchu žáka. S tímto faktorem jsou rodiče poměrně málo spokojeni a přikládají mu velkou významnost. Tato nespokojenost je způsobena především chybějícím internetovým hodnotícím systémem. Tyto on-line systémy využívá v dnešní době mnoho škol. Jejich hlavním pozitivem je, že umožňují rychle a efektivně zaznamenávat veškeré informace spojené se školní docházkou. Jedná se o webovou aplikaci, která funguje jako třídní kniha a žákovská knížka v jednom a informace jsou rodičům k dispozici 24 hodin denně z pohodlí domova.

Doporučením by proto pro Základní školu Pod Skalkou bylo pracovat na zavedení školního informačního systému. Nabídka na trhu těchto informačních systémů je poměrně veliká. Mezi nejrozšířenější patří například informační systémy Bakaláři, iškola, aSc Rozvrhy, dm Vysvědčení, atd.

Výběr informačního systému je pro Základní školu Pod Skalkou důležitým rozhodnutím, které ponese následky do dalších let. Škola by proto měla při výběru informačního systému zvážit několik významných kritérií. Jedná se především o kritéria: rozšířenost, zázemí a image poskytovatele, podpora uživatelů, možnost vyzkoušení softwaru, možnost exportu a importu dat, přístup k datům přes internet, aktualizace, cena apod.

Poskytovatelé školních informačních systémů ve většině případů sestavují cenu dle zakoupených modelů a počtu žáků, resp. velikosti školy. Dle výběru požadovaných charakteristik by se pořizovací cena licencí mohla vyšplhat až na částku okolo 50 000 Kč. Základní škola Pod Skalkou by si také měla zjistit dopředu i ceny aktualizací a případných oprav. Pořizovací cena systému představuje pouze jeden z řady nákladů, které je na bezproblémové používání vynaložit. S užíváním jsou spojené také náklady na administraci, údržbu a opravy, školení, podporu uživatelů, aktualizace, apod. Z tohoto důvodu by se Základní škola Pod Skalkou při výběru neměla řídit pouze pořizovací cenou nového systému a považovat ho za hlavní kritérium výběru, ale zvážit náklady na všechny činnosti spojené s užíváním. [24]

6.4 Modernizace školního hřiště

Dle návrhů na budoucí vylepšení, které jsme od respondentů získali pomocí otevřené otázky (viz. Příloha 3), je možno doporučit modernizaci školního hřiště. Tento požadavek je možno zaznamenat u 19,0 % žáků a u 28,6 % rodičů.

Současné hřiště je vybaveno poměrně novým dopravním hřištěm, které ale nejvíce využijí děti nižších ročníků. Ostatní víceúčelová hřiště a atletické vybavení je již starší a vyžadují rekonstrukci. Základní škola Pod Skalkou by proto měla zvážit celkovou modernizaci školního hřiště, která by zahrnovala rekonstrukci sprinterské dráhy, dráhy pro vytrvalostní běh, víceúčelových hřišť, pískového doskočiště a sektor pro vrh koulí. Na současném hřišti je k dispozici i gymnastické náčiní jako kladina, žebříky, průlezky, apod., jež by také potřebovaly vyměnit za nové.

Tato modernizace by byla velmi finančně náročná, ale škola jako organizace zřizována městem Rožnov pod Radhoštěm, může zažádat o dotaci pro tuto rekonstrukci. Škola má například možnost získat dotaci na rekonstrukci a modernizaci stávajícího sportovního hřiště z fondu Evropské unie. Dotace je poskytována na stavební práce, terénní úpravy, stavební materiál, herní prvky a může být poskytnuta až do výše 100 % z nákladů. [20]

6.5 Mimoškolní aktivity a školou pořádané akce

Rodiče a žáci jsou nespokojeni s mimoškolními aktivitami a školou pořádanými akcemi. Tyto faktory sice nevykazují vysokou významnost, ale pro školu by bylo příznivé, zdokonalit se v této oblasti (III. Kvadrant – Obr. 5.1 a Obr. 5.2). Mimoškolní aktivity a školou pořádané akce souvisí s hlavním posláním školy – vzděláváním nepřímo, přes to by zkvalitnění těchto faktorů mělo příznivý vliv na spokojenost žáků a rodičů. Základní škola Pod Skalkou má poměrně širokou nabídku mimoškolních aktivit. Důležité je proto spíše zjistit, o které zájmové kroužky by žáci, případně rodiče, měli největší zájem. Je také možné, že žáci nejsou dostatečně seznámeni s možností návštěvy zájmových kroužků. Z tohoto důvodu by bylo vhodné uskutečnit menší průzkum, např. pomocí dotazníku, mezi žáky a pomocí něj zjistit co by žáky nejvíce bavilo a tomu přizpůsobit nabídku kroužků.

Vedení školy by mohlo oslovit Základní uměleckou školu v Rožnově pod Radhoštěm, která se nachází nedaleko budovy školy, a zajistit volnočasové aktivity pro své žáky ve spolupráci s ní. Základní umělecká škola nabízí kroužky jako je například zpěv, hraní na hudební nástroj, výtvarnou výchovu apod., které v určité míře ZŠ Pod Skalkou také poskytuje. Základní umělecká škola by, ale mohla poskytnout umělecké aktivity pod odborným vedením. Problémem by mohla být finanční stránka tohoto doporučení. Na Základní umělecké škole by bylo nutno za zájmové kroužky platit,

což v rámci Základní školy Pod Skalkou není nutné. Pro rodiče, kteří by chtěli vést své dítě od mladšího věku k těmto aktivitám, by mohlo být příznivé, že by se tyto zájmové kroužky organizovaly přes Základní školu Pod Skalkou. Vedení školy by se také případně mohlo pokusit vyjednat výhodnější ceny či určitou slevu pro své žáky.

Žáci vyšších ročníků uváděli, že by uvítali více akcí, do kterých by se mohli zapojit. Škola pořádá mnoho akcí, ale v dotazníkovém šetření bylo možné zaznamenat názor, že jsou tyto akce určeny spíše pro mladší ročníky. Pro tyto starší děti je složitější zvolit akce, které by je bavily a zajímaly. Vhodné by bylo především co nejvíce zapojit žáky 8. a 9. do pořádání a organizace školních akcí. Škola by mohla pro žáky vyšších ročníků zavést akce, které by se týkaly budoucí volby povolání, např. exkurze na úřad práce, veletrh středních škol, besedy s absolventy středních škol, apod. Tento krok by mohl také podpořit růst spokojenosti v oblasti výběru střední školy a přípravy na přijímací řízení u rodičů a žáků 8. ročníků (Obr. 5.8, Obr. 5.9, Obr. 5.13, Obr. 5.14).,

7 Závěr

Cílem bakalářské práce bylo zjistit míru spokojenosti či nespokojenosti žáků se vzděláváním, kteří navštěvují Základní školu Pod Skalkou v Rožnově pod Radhoštěm. Účelem práce bylo také odhalení spokojenosti případně nespokojenosti rodičů žáků.

Výzkum byl založen na dotazníkovém šetření, v rámci kterého byly respondentům podávány k vyplnění anonymní dotazníky. Bylo využito metody písemného dotazování bez tazatele. Respondenti byli rozděleni do 2 segmentů: segment žáků a segment rodičů. Z důvodu co nejvyšší vypovídací schopnosti výsledků výzkumu byli osloveni žáci a rodiče pouze 8. a 9. ročníků. Způsob vyplňování i otázky v dotazníku byly přizpůsobeny dle potřeb těchto segmentů. Dotazníky byly rozdány ve všech 8. a 9. třídách ZŠ Pod Skalkou v celkovém počtu 150 kusů – 75 pro rodiče a 75 pro žáky. Žáci dotazníky vyplňovali v hodině občanské výchovy, díky tomu byla zaručena vysoká návratnost dotazníků. Rodičům byly dotazníky posílány k vyplnění domů a následně bylo na nich, zda dotazníky dodají po dětech zpět. Z důvodu zasílání dotazníků rodičům domů se vyskytlo riziko, že návratnost dotazníků bude velmi nízká. Návratnost dotazníků nakonec činila 84% za segment žáků a 57% za segment rodičů.

Bakalářská práce je složena z teoretické a aplikační části. V teoretické části práce je možno nalézt informace týkající se fungování a přínosů marketingu v neziskové sféře, prostředí školy, charakteristiky Základní školy Pod Skalkou a východisek pro měření spokojenosti. Aplikační část bakalářské práce obsahuje samotné analýzy měření spokojenosti žáků a rodičů. Data získaná pomocí dotazníkového šetření byla v této části zpracovávána pomocí programů IBM SPSS Statistics 22 a Microsoft Excel. V návaznosti na zjištěné výsledky byly pro Základní školu Pod Skalkou navrženy návrhy a doporučení k podpoření růstu spokojenosti žáků i rodičů.

Měření spokojenosti umožňuje vedení školy odhalit a pojmenovat skutečné problémy přímo od žáků a rodičů. Pomocí těchto zjištění je možno stanovit opatření, které škole lépe umožní plnění jejího hlavního poslání – vzdělávání. Kvalitní vzdělání je nepostradatelnou součástí, bez které se v dnešní společnosti nikdo neobejde. Škola se spokojenými žáky a rodiči je atraktivnější pro sponzorské či jiné zdroje financování potřeb školy. Vysoká spokojenost se službami školy má vliv také na zvýšení poptávky, tzn. větší počet zájemců o studium, což základní škole zajišťuje více finančních prostředků ze státního rozpočtu.

Výsledky bakalářské práce byly prezentovány managementu Základní školy Pod Skalkou, aby měl možnost pochopit lépe své žáky a jejich rodiče a případně mohl aplikovat navržené doporučení.

Seznam použité literatury

Knižní zdroje:

1. BAČUVČÍK, Radim. Marketing neziskových organizací. Zlín: VeRBuM, 2011, 190 s. ISBN 978-80-87500-01-9.
2. KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu: poznáváme svoje zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.
3. SEDLÁKOVÁ, Renáta. *Výzkum médií: Nejužívanější metody a techniky*. Praha: Grada Publishing, a. s., 2014. ISBN 978-80-247-3568-9.
4. ESPOSITO VINZI, Vincenzo. *Handbook of partial least squares: concepts, methods and applications*. New York: Springer, c2010, xiv, 798 p. ISBN 978-3-540-32827-8.
5. FORET, Miroslav. *Marketingový průzkum: poznáváme svoje zákazníky*. Vyd. 1. Brno: Computer Press, 2008, iv, 121 s. ISBN 978-80-251-2183-2.
6. HANNAGAN, Tim J. *Marketing pro neziskový sektor*. Vyd. 1. Praha: Management Press, 1996, 205 s. ISBN 80-859-4307-7.
7. KOTLER, Philip a Kevin Lane KELLER. *Marketing management*. 1. vyd. Překlad Tomáš Juppa, Martin Machek. Praha: Grada, 2007, 788 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
8. KOTLER, Philip. *Moderní marketing: 4. evropské vydání*. 1. vyd. Praha: Grada, 2007, 1041 s. ISBN 978-80-247-1545-2.
9. KOZEL, Roman, Lenka MYNÁŘOVÁ a Hana SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu: poznáváme svoje zákazníky*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011, 304 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-3527-6.

10. NENADÁL, Jaroslav. *Měření v systémech managementu jakosti*. 2. dopl. vyd. Praha: Management Press, 2004, 335 s. ISBN 80-7261-110-0.

11. OMÁŠEK, Vladislav, Iveta KRAMPLOVÁ a Jana PALEČKOVÁ. *Národní zpráva TIMSS 2011: jak oslovit srdce zákazníka*. 1. vyd. Praha: Česká školní inspekce, 2012, 35 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-905370-4-0.

12. SPÁČIL, Vojtěch. *Business marketing: sylaby a případové studie*. Vyd. 1. Ostrava: Repronis, 2004, 102 s. ISBN 80-732-9058-8.

ŠEDIVÝ, Marek a Olga MEDLÍKOVÁ. *Úspěšná nezisková organizace*. 2., aktualiz. a dopl. vyd. Praha: Grada, 2011, 155 s. Management (Grada). ISBN 978-80-247-4041-6.

14. SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketing školy*. 1. vyd. Zlín: EKKA, 1996, 382 s. ISBN 80-902-2008-8.

15. SVĚTLÍK, Jaroslav. *Marketingové řízení školy*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Wolters Kluwer Česká republika, 2009, 328 s. Řízení školy (Wolters Kluwer ČR). ISBN 978-80-7357-494-9.

16. VYSEKALOVÁ, Jitka a Kevin Lane KELLER. *Psychologie reklamy*. 4., rozš. a aktualiz. vyd. Překlad Tomáš Juppa, Martin Machek. Praha: Grada, 2012, 324 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4005-8.

17. VYSEKALOVÁ, Jitka. *Emoce v marketingu: jak oslovit srdce zákazníka*. 1. vyd. Praha: Grada, 2014, 289 s. Expert (Grada). ISBN 978-80-247-4843-6.

18. ZŠ POD SKALKOU. *Výroční zpráva ZŠ Pod Skalkou za rok 2013/2014*. Rožnov pod Radhoštěm: ZŠ Pod Skalkou, 2014.

Internetové zdroje:

19. Augur Consulting. *Kvantitativní výzkum* [online]. 2014 [cit. 2014-11-23]. Dostupné z: <http://www.augur-consulting.cz/metody/kvantitativni-vyzkum.html#pisemne-dotazovani>

20. Eurostap - Dotace z Evropské unie. *Dotace na dětská hřiště* [online]. 2013 - 2015 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.eurostap.cz/web/168-dotace-na-detska-hriste.html>
21. Firmy.cz. *ZŠ Pod Skalkou* [online]. 1996-2014 [cit. 2014-11-23]. Dostupné z: <http://www.firmy.cz/detail/359233-zs-pod-skalkou-roznov-pod-radhostem-roznov-pod-radhostem.html>
22. Microsoft Office. *Metoda pro výpočet hodnoty kroku interpolace v aplikaci Excel* [online]. 2015 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <https://support.microsoft.com/cs-cz/kb/214096/cs>
23. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. *MŠMT chystá projekt digitalizace škol* [online]. 2013 - 2015 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/ministerstvo/novinar/msmt-chysta-projekt-digitalizace-skol>
24. NEUMAJER, Ondřej. *Školní informační systémy*. Metodický portál: Články [online]. 17. 03. 2010, [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://clanky.rvp.cz/clanek/c/u/8019/SKOLNI-INFORMACNI-SYSTEMY.html>. ISSN 1802-4785.
25. Skutečně zdravá škola. *Skutečně zdravá škola* [online]. 2015 [cit. 2015-04-27]. Dostupné z: <http://www.skutecnezdravaskola.cz>
26. Základní škola Pod Skalkou. *ZŠ Pod Skalkou* [online]. 2012 [cit. 2014-11-23]. Dostupné z: <http://www.zspodskalkou.cz/>

Seznam zkratk

apod. – a podobně

ECSI – The European Customer Satisfaction Index

mil. - milionů

MŠMT – Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

např. – například

obr. – obrázek

str. – strana

tab. – tabulka

TIMSS - Trends in International Mathematics and Science Study

tzv. - tak zvaný

viz. – více v

ZŠ – základní škola

Seznam obrázků a tabulek

Seznam obrázků

Obr. 2.1 Logo Základní školy Pod Skalkou	3
Obr. 2.2 Prostředí školy	9
Obr. 3. 1 Poziční mapa podle spokojenosti a významnosti	19
Obr 4.1 Rozdělení segmentu žáků dle pohlaví	24
Obr. 4.2 Rozložení pohlaví v jednotlivých třídách za segment žáků	24
Obr. 4.3 Rozdělení segmentu žáků dle průměru za poslední vysvědčení	25
Obr 4.4 Zastoupení pohlaví v segmentu rodičů	26
Obr. 4.5 Rozdělení segmentu rodičů dle ročníku dítěte	26
Obr. 4.6 Zastoupení pohlaví v závislosti na věku za segment rodičů	27
Obr. 5.1 Poziční mapa technických faktorů za segment žáků	28
Obr. 5.2 Poziční mapa technických faktorů pro segment rodičů	30
Obr. 5.3 Poziční mapa personálních faktorů za skupinu žáků	31
Obr. 5.4 Poziční mapa personálních faktorů pro segment rodičů	33
Obr. 5.5 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu za segment žáků	34
Obr. 5.6 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu za segment rodičů	34
Obr. 5.7 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu pro segment žáků dle pohlaví	35
Obr. 5.8 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu dle studovaného ročníku za segment žáků	36
Obr. 5.9 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu dle studovaného ročníku za segment rodičů	36
Obr. 5.10 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu pro segment rodičů dle pohlaví	37
Obr. 5.11 Spokojenost žáků s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky	38
Obr. 5.12 Spokojenost rodičů s přípravou žáků na přijímací zkoušky	38
Obr. 5.13 Spokojenost s přípravou na přijímací zkoušky dle ročníku za segment žáků	39
Obr. 5.14 Spokojenost s přípravou žáků na přijímací zkoušky dle ročníků za segment rodičů	39
Obr. 5.15 Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky pro segment žáků dle pohlaví	40

Obr. 5.16 Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky pro segment rodičů dle pohlaví	41
Obr. 5.17 Návštěva stránek pro segment žáků	42
Obr. 5.18 Návštěva stránek pro segment rodičů	42
Obr. 5.19 Spokojenost žáků s úrovní internetových stránek	43
Obr. 5.20 Spokojenost rodičů s úrovní internetových stránek	44
Obr. 5.21 Oblíbenost návštěvy školy za segment žáků	45
Obr. 5.22 Oblíbenost návštěvy školy pro segment žáků za jednotlivá pohlaví	45
Obr. 5.23 Oblíbenost návštěvy školy pro segment žáků za jednotlivé školní ročníky	46

Seznam tabulek

Tab. 2.1 Počty žáků k 1. 9. 2013	4
Tab. 2.2 Pedagogičtí pracovníci dle věku a pohlaví k 30. 9. 2013	5
Tab. 4.1 Časový harmonogram	23

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst.3);
- souhlasím s tím, že bakalářská práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 7. 5. 2015



Denisa Bartoníková

Seznam příloh

Příloha 1 – Dotazník pro žáky ZŠ Pod Skalkou

Příloha 2 – Dotazník pro rodiče žáků ZŠ Pod Skalkou

Příloha 3 – Tabulky analýzy měření spokojenosti

Příloha 4 – Lineární interpolace

Přílohy

Příloha 1 – Dotazník pro žáky ZŠ Pod Skalkou



Dotazník pro žáky ZŠ Pod Skalkou

Dobrý den,

jmenuji se Denisa Bartoníková a jsem studentkou 3. ročníku VŠB-TU Ostrava. Chtěla bych Vás požádat o vyplnění tohoto anonymního dotazníku, který bude použit ke zpracování bakalářské práce na téma „Měření spokojenosti žáků se vzděláváním základní školy“. Zjištěné údaje budou použity pouze pro účely této práce. Děkuji za Vaši pomoc a Váš čas.

1. Jaký školní ročník navštěvujete?

8. ročník

9. ročník

2. Jak byste ohodnotili úroveň jednotlivých oblastí? (1-nejlepší, 5-nejhorší)

vzhled budovy (modernost, barvy, apod.)

1 2 3 4 5

vybavení budovy (plastová okna, skříňky v šatnách, výzdoba na chodbách, apod.)

1 2 3 4 5

velikost učeben (kapacita, počet lavic, apod.)

1 2 3 4 5

vybavení učeben (technika, moderní lavice, výzdoba, učební pomůcky, apod.)

1 2 3 4 5

průběh vyučování (vysvětlení učiva, dodatečné vysvětlení když něčemu nerozumím, apod.)

1 2 3 4 5

nabídka mimoškolních aktivit (jednotlivé druhy kroužků, velký výběr, apod.)

1 2 3 4 5

akce pořádané školou (soutěže, výstavy, apod.)

1 2 3 4 5

výběr stravy ve školní jídelně (možnosti volby jídla v jídelně, druhy jídel, apod.)

1 2 3 4 5

kvalita stravy ve školní jídelně (chutné jídla, zdravé jídla, apod.)

1 2 3 4 5

kapacita školní jídelny (dostatek míst k sezení, netvoří se fronta, apod.)

1 2 3 4 5

sortiment školního bufetu (nabízené zboží, velký výběr, apod.)

1 2 3 4 5

3. Jak jsou pro Vás jednotlivé oblasti důležité? (1-nejvíce, 5-nejméně)

vzhled budovy (modernost, barvy, apod.)

1 2 3 4 5

vybavení budovy (plastová okna, skříňky v šatnách, výzdoba na chodbách, apod.)

1 2 3 4 5

velikost učeben (kapacita, počet lavic, apod.)

1 2 3 4 5

vybavení učeben (technika, moderní lavice, výzdoba, učební pomůcky, apod.)

1 2 3 4 5

průběh vyučování (vysvětlení učiva, dodatečné vysvětlení když něčemu nerozumím, apod.)

1 2 3 4 5

nabídka mimoškolních aktivit (jednotlivé druhy kroužků, velký výběr, apod.)

1 2 3 4 5

akce pořádané školou (soutěže, výstavy, apod.)

1 2 3 4 5

výběr stravy ve školní jídelně (možnosti volby jídla v jídelně, druhy jídel, apod.)

1 2 3 4 5

kvalita stravy ve školní jídelně (chutné jídla, zdravé jídla, apod.)

1 2 3 4 5

kapacita školní jídelny (dostatek míst k sezení, netvoří se fronta, apod.)

1 2 3 4 5

sortiment školního bufetu (nabízené zboží, velký výběr, apod.)

1 2 3 4 5

(vstřícnost, komunikace, dobře odvedená práce apod.) (1-nejlepší, 5-nejhorší)

5. Jak je pro Vás důležitý přístup jednotlivých zaměstnanců? (1-nejvíce, 5-nejméně)

6. Chodíte do školy rádi?

7. Dostáváte dostatek informací o budoucím studiu na střední škole? (typy škol, typy přijímacích zkoušek, apod.)

8. Připravuje Vás škola průběžně na přijímací testy na střední školu?

9. Účastníte se mimoškolních aktivit, které škola pořádá?(kroužky, školní klub,

10. Navštívili jste internetové stránky ZŠ Pod Skalkou?

3

11. Pokud ano, jak byste je ohodnotili? (zpracování, přehlednost, úprava)

Pokud jste internetové stránky dosud nenavštívili, neodpovídejte.

1	2	3	4	5
nejlepší				nejhorší

12. Jaké vylepšení školy nebo aktivit byste v budoucnu uvítali? (napíšte max. 3)

.....

13. Pohlaví

dívka

chlapec

14. Jakému průměru ze všech známek se blížilo Vaše poslední vysvědčení:

- 1) 1-1,5
- 2) 1,51-2,00
- 3) 2,01-2,5
- 4) 2,51-3,00
- 5) 3,01-3,5
- 6) 3,5 a výše

Příloha 2 – Dotazník pro rodiče žáků ZŠ Pod Skalkou



Dotazník pro rodiče žáku ZŠ Pod Skalkou

Dobrý den,

jmenuji se Denisa Bartoníková a jsem studentkou 3. ročníku VŠB-TU Ostrava. Chtěla bych Vás požádat o vyplnění tohoto anonymního dotazníku, který bude použit ke zpracování bakalářské práce na téma „Měření spokojenosti žáků se vzděláváním základní školy“. Zjištěné údaje budou použity pouze pro účely této práce. Děkuji za Vaši pomoc a Váš čas.

1. Jaký školní ročník Vaše dítě navštěvuje?

8. ročník

9. ročník

2. Jak byste ohodnotili úroveň jednotlivých oblastí? (1-nejlepší, 5-nejhorší)

vzhled budovy (modernost, barvy, apod.)

1 2 3 4 5

vybavení budovy (plastová okna, skříňky v šatnách, výzdoba na chodbách, apod.)

1 2 3 4 5

velikost učeben (kapacita, počet lavic, apod.)

1 2 3 4 5

vybavení učeben (technika, moderní lavice, výzdoba, učební pomůcky, apod.)

1 2 3 4 5

průběh vyučování (vysvětlení učiva, dodatečné vysvětlení když něčemu nerozumím, apod.)

1 2 3 4 5

průběh třídních schůzek (individuální možnost komunikace s učitelem)

1 2 3 4 5

přístupnost informací o prospěchu (např. internetový systém)

1 2 3 4 5

nabídka mimoškolních aktivit (jednotlivé druhy kroužků, velký výběr, apod.)

1 2 3 4 5

akce pořádané školou (soutěže, výstavy, apod.)

1 2 3 4 5

výběr stravy ve školní jídelně (možnosti volby jídla v jídelně, druhy jídel, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

kvalita stravy ve školní jídelně (chutné jídla, zdravé jídla, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

kapacita školní jídelny (dostatek míst k sezení, netvoří se fronta, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

sortiment školního bufetu (nabízené zboží, velký výběr, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

3. Jak jsou pro Vás jednotlivé oblasti důležité? (1-nejméně, 5-nejméně)

vzhled budovy (modernost, barvy, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

vybavení budovy (plastová okna, skříňky v šatnách, výzdoba na chodbách, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

velikost učeben (kapacita, počet lavic, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

vybavení učeben (technika, moderní lavice, výzdoba, učební pomůcky, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

průběh vyučování (vysvětlení učiva, dodatečné vysvětlení když něčemu nerozumím, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

průběh třídních schůzek (individuální možnost komunikace s učitelem)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

přístupnost informací o prospěchu (např. internetový systém)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

nabídka mimoškolních aktivit (jednotlivé druhy kroužků, velký výběr, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

akce pořádané školou (soutěže, výstavy, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

výběr stravy ve školní jídelně (možnosti volby jídla v jídelně, druhy jídel, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

kvalita stravy ve školní jídelně (chutné jídla, zdravé jídla, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

kapacita školní jídelny (dostatek míst k sezení, netvoří se fronta, apod.)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

sortiment školního bufetu (nabízené zboží, velký výběr, apod.)

1 2 3 4 5

4. Jak byste ohodnotili spokojenost s přístupem jednotlivých zaměstnanců?
(vstřícnost, komunikace, dobře odvedená práce apod.) (1-nejlepší, 5-nejhorší)

učitelé	1	2	3	4	5
vedení školy	1	2	3	4	5
obsluha školního bufetu	1	2	3	4	5
kuchařky školní jídelny	1	2	3	4	5
recepční	1	2	3	4	5
školník	1	2	3	4	5
uklízečky	1	2	3	4	5

5. Jak je pro Vás důležitý přístup jednotlivých zaměstnanců? (1-nejvíce, 5-nejméně)

učitelé	1	2	3	4	5
vedení školy	1	2	3	4	5
obsluha školního bufetu	1	2	3	4	5
kuchařky školní jídelny	1	2	3	4	5
recepční	1	2	3	4	5
školník	1	2	3	4	5
uklízečky	1	2	3	4	5

6. Dostáváte dostatek informací o budoucím studiu Vašeho dítěte na střední škole?
(typy středních škol, typy přijímacích zkoušek, apod.)

1	2	3	4	5
Spíše ano				spíše ne

7. Přípravuje škola Vaše dítě průběžně na přijímací testy na střední školu?

1	2	3	4	5
Spíše ano				spíše ne

8. Účastní se Vaše dítě mimoškolních aktivit, které škola pořádá?(kroužky, školní klub, apod.)

ANO NE

9. Navštívili jste internetové stránky ZŠ Pod Skalkou?

ANO NE

10. Pokud ano, jak byste je ohodnotili?(zpracování, přehlednost, úprava)

Pokud jste internetové stránky dosud nenavštívili, neodpovídejte.

1	2	3	4	5
nejlepší			nejhorší	

11. Jaké vylepšení školy nebo aktivit byste v budoucnu uvítali? (napište max. 3)

.....

12. Pohlaví

žena

muž

13. Věk

méně než 30

30 – 35

36 – 40

41 – 45

46 – 50

51 a výše

Příloha 3 – Tabulky analýzy měření spokojenosti

Tabulka 1 – Rozdělení segmentu žáků dle pohlaví

	Počet	%
Pohlaví Dívky	29	46,0%
Chlapci	34	54,0%

Tabulka 2 - Rozložení pohlaví v jednotlivých třídách za segment žáků

			Školní ročník dítěte	
			8. ročník	9. ročník
Pohlaví	Dívky	Počet	15	14
		% z celku	23,8%	22,2%
	Chlapci	Počet	21	13
		% z celku	33,3%	20,6%

Tabulka 3 - Rozdělení segmentu žáků dle průměru za poslední vysvědčení

			Průměr posledního vysvědčení						Total
			1 - 1,5	1,51 - 2,00	2,01 - 2,5	2,5 - 3,00	3,01 - 3,5	3,5 a výše	
Pohlaví	Dívky	Počet	10	14	2	2	1	0	29
		% z celku	15,9%	22,2%	3,2%	3,2%	1,6%	0,0%	46,0%
	Chlapci	Počet	11	8	10	2	1	2	34
		% z celku	17,5%	12,7%	15,9%	3,2%	1,6%	3,2%	54,0%

Tabulka 4 - Rozdělení segmentu rodičů dle pohlaví

	Počet	%
Pohlaví Ženy	31	72,1%
Muži	12	27,9%

Tabulka 5 - Rozdělení segmentu rodičů dle ročníku dítěte

	Počet	%
Školní ročník dítěte	8. ročník	14
	9. ročník	29
		32,6%
		67,4%

Tabulka 6 - Zastoupení pohlaví v závislosti na věku za segment rodičů

			Pohlaví		Celkem
			Ženy	Muži	
Věk	30 - 35	Počet	5	0	5
		% z celku	11,6%	0,0%	11,6%
	36 - 40	Počet	16	9	25
		% z celku	37,2%	20,9%	58,1%
	41 - 45	Počet	7	1	8
		% z celku	16,3%	2,3%	18,6%
	46 - 50	Počet	2	2	4
		% z celku	4,7%	4,7%	9,3%
	51 a více	Počet	1	0	1
		% z celku	2,3%	0,0%	2,3%

Tabulka 7 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu pro segment žáků

	Počet	%
ano	13	20,6
spíše ano	13	20,6
neutrální postoj	19	30,2
spíše ne	12	19,0
ne	6	9,5

Tabulka 8 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu pro segment rodičů

	Počet	%
ano	10	23,3
spíše ano	6	14,0
neutrální postoj	17	39,5
spíše ne	3	7,0
ne	7	16,3

Tabulka 9 - Spokojenost s informacemi o budoucím studiu pro segment žáků dle pohlaví

			Informace o budoucím studiu				
			ano	spíše ano	Neutrální postoj	spíše ne	ne
Pohlaví	Dívky	Počet	3	7	9	7	3
		% z dívek	10,3%	24,1%	31,0%	24,1%	10,3%
	Chlapci	Count	10	6	10	5	3
		% z chlapců	29,4%	17,6%	29,4%	14,7%	8,8%

Tabulka 10 - Spokojenost s informacemi o budoucím studiu dle studovaného ročníku za segment žáků

			Informace o budoucím studiu					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Školní ročník žáka	8. ročník	Počet	4	5	13	8	6	36
		% z 8.ročníku	11,1%	13,9%	36,1%	22,2%	16,7%	100,0%
	9. ročník	Počet	9	8	6	4	0	27
		% z 9.ročníku	33,3%	29,6%	22,2%	14,8%	0,0%	100,0%

Tabulka 11 - Spokojenost s informacemi o budoucím studiu dle studovaného ročníku za segment rodičů

			Informace o budoucím studiu					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Školní ročník žáka	8. ročník	Počet	2	2	5	2	3	14
		% z 8.ročníku	14,3%	14,3%	35,7%	14,3%	21,4%	100,0%
	9. ročník	Počet	8	4	12	1	4	29
		% z 9.ročníku	27,6%	13,8%	41,4%	3,4%	13,8%	100,0%

Tabulka 12 Spokojenost s informacemi segmentu žáků dle dosažených průměrů

			Informace o budoucím studiu					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Průměr posledního vysvědčení	1 - 1,5	Počet	5	7	3	4	2	21
		% ze skupiny průměru	23,8%	33,3%	14,3%	19,0%	9,5%	100,0%
	1,51 - 2,00	Počet	2	3	11	4	2	22
		% ze skupiny průměru	9,1%	13,6%	50,0%	18,2%	9,1%	100,0%
	2,01 - 2,5	Počet	3	2	4	2	1	12
		% ze skupiny průměru	25,0%	16,7%	33,3%	16,7%	8,3%	100,0%
	2,51 - 3,00	Počet	2	0	1	1	0	4
		% ze skupiny průměru	50,0%	0,0%	25,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	3,01 - 3,5	Počet	0	1	0	0	1	2
		% ze skupiny průměru	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	3,5 a výše	Počet	1	0	0	1	0	2
		% ze skupiny průměru	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	100,0%

Tabulka 13 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu pro segment rodičů dle pohlaví

			Informace o budoucím studiu					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Pohlaví	Ženy	Počet	8	3	12	3	5	31
		% z žen	25,8%	9,7%	38,7%	9,7%	16,1%	100,0%
	Muži	Počet	2	3	5	0	2	12
		% z mužů	16,7%	25,0%	41,7%	0,0%	16,7%	100,0%

Tabulka 14 Spokojenost s informacemi o budoucím studiu segmentu rodičů dle věku

			Informace o budoucím studiu					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Věk	30 - 35	Počet	0	1	1	2	1	5
		% ze skupiny průměru	0,0%	20,0%	20,0%	40,0%	20,0%	100,0%
	36 - 40	Počet	7	3	12	0	3	25
		% ze skupiny průměru	28,0%	12,0%	48,0%	0,0%	12,0%	100,0%
	41 - 45	Počet	2	0	3	1	2	8
		% ze skupiny průměru	25,0%	0,0%	37,5%	12,5%	25,0%	100,0%
	46 - 50	Počet	0	2	1	0	1	4
		% ze skupiny průměru	0,0%	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%	100,0%
	51 a více	Počet	1	0	0	0	0	1
		% ze skupiny průměru	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

Tabulka 15 Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky za segment žáků

	Počet	%
ano	11	17,5
spíše ano	26	41,3
neutrální postoj	12	19,0
spíše ne	9	14,3
ne	5	7,9

Tabulka 16 Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky za segment rodičů

	Počet	%
ano	9	20,9
spíše ano	9	20,9
neutrální postoj	16	37,2
spíše ne	7	16,3
ne	2	4,7

Tabulka 17 Spokojenost s přípravou na přijímací zkoušky dle ročníku za segment žáků

			Průběžná příprava na přijímací zkoušky					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Školní ročník žáka	8. ročník	Počet	3	17	6	6	4	36
		% z 8.ročníku	8,3%	47,2%	16,7%	16,7%	11,1%	100,0%
	9. ročník	Počet	8	9	6	3	1	27
		% z 9.ročníku	29,6%	33,3%	22,2%	11,1%	3,7%	100,0%

Tabulka 18 Spokojenost s přípravou na přijímací zkoušky dle ročníku za segment žáků

			Průběžná příprava na přijímací zkoušky					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Školní ročník dítěte	8. ročník	Počet	1	2	7	2	2	14
		% z 8.ročníku	7,1%	14,3%	50,0%	14,3%	14,3%	100,0%
	9. ročník	Počet	8	7	9	5	0	29
		% z 9.ročníku	27,6%	24,1%	31,0%	17,2%	0,0%	100,0%

Tabulka 19 Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky pro segment žáků dle pohlaví

			Průběžná příprava na přijímací zkoušky					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Pohlaví	Dívky	Počet	4	11	6	5	3	29
		% z dívek	13,8%	37,9%	20,7%	17,2%	10,3%	100,0%
	Chlapci	Počet	7	15	6	4	2	34
		% z chlapců	20,6%	44,1%	17,6%	11,8%	5,9%	100,0%

Tabulka 20 Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky pro segment žáků dle dosaženého průměru

			Průběžná příprava na přijímací zkoušky					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Průměr posledního vysvědčení	1 - 1,5	Počet	6	6	4	3	2	21
		% ze skupiny průměru	28,6%	28,6%	19,0%	14,3%	9,5%	100,0%
	1,51 - 2,00	Počet	2	11	3	4	2	22
		% ze skupiny průměru	9,1%	50,0%	13,6%	18,2%	9,1%	100,0%
	2,01 - 2,5	Počet	1	6	4	1	0	12
		% ze skupiny průměru	8,3%	50,0%	33,3%	8,3%	0,0%	100,0%
	2,51 - 3,00	Počet	1	1	0	1	1	4
		% ze skupiny průměru	25,0%	25,0%	0,0%	25,0%	25,0%	100,0%
	3,01 - 3,5	Počet	0	1	1	0	0	2
		% ze skupiny průměru	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	3,5 a výše	Počet	1	1	0	0	0	2
		% ze skupiny průměru	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

Tabulka 21 Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky pro segment rodičů dle pohlaví

			Průběžná příprava na přijímací zkoušky					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Pohlaví	Ženy	Počet	6	6	12	5	2	31
		% z žen	19,4%	19,4%	38,7%	16,1%	6,5%	100,0%
	Muži	Počet	3	3	4	2	0	12
		% z mužů	25,0%	25,0%	33,3%	16,7%	0,0%	100,0%

Tabulka 22 Spokojenost s průběžnou přípravou na přijímací zkoušky za segment rodičů v závislosti na věku

			Průběžná příprava na přijímací zkoušky					Celkem
			ano	spíše ano	neutrální postoj	spíše ne	ne	
Věk	30 - 35	Počet	0	1	3	1	0	5
		% ze skupiny	0,0%	20,0%	60,0%	20,0%	0,0%	100,0%
	36 - 40	Počet	7	6	8	4	0	25
		% ze skupiny	28,0%	24,0%	32,0%	16,0%	0,0%	100,0%
	41 - 45	Počet	1	1	2	2	2	8
		% ze skupiny	12,5%	12,5%	25,0%	25,0%	25,0%	100,0%
	46 - 50	Počet	1	0	3	0	0	4
		% ze skupiny	25,0%	0,0%	75,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	51 a více	Počet	0	1	0	0	0	1
		% ze skupiny	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

Tabulka 23 Návštěva internetových stránek za segment žáků

		Počet	%
Návštěva internetových stránek	ano	55	87,3%
	ne	8	12,7%

Tabulka 24 Návštěva internetových stránek za segment rodičů

		Počet	%
Návštěva internetových stránek	ano	36	83,7%
	ne	7	16,3%

Tabulka 25 Návštěvnost za segment žáků v závislosti na pohlaví

			Návštěva internetových stránek		Celkem
			ano	ne	
Pohlaví	Dívky	Počet	26	3	29
		% z dívek	89,7%	10,3%	100,0%
	Chlapci	Počet	29	5	34
		% z chlapců	85,3%	14,7%	100,0%

Tabulka 26 Návštěvnost za segment žáků v závislosti na průměru

			Návštěva internetových stránek		Celkem
			ano	ne	
Průměr posledního vysvědčení	1 - 1,5	Počet	17	4	21
		% ze skupiny průměru	81,0%	19,0%	100,0%
	1,51 - 2,00	Počet	21	1	22
		% ze skupiny průměru	95,5%	4,5%	100,0%
	2,01 - 2,5	Počet	10	2	12
		% ze skupiny průměru	83,3%	16,7%	100,0%
	2,51 - 3,00	Počet	3	1	4
		% ze skupiny průměru	75,0%	25,0%	100,0%
	3,01 - 3,5	Počet	2	0	2
		% ze skupiny průměru	100,0%	0,0%	100,0%
	3,5 a výše	Počet	2	0	2
		% ze skupiny průměru	100,0%	0,0%	100,0%

Tabulka 27 Návštěvnost za segment rodičů v závislosti na pohlaví

			Návštěva internetových stránek		Celkem
			ano	ne	
Pohlaví	Ženy	Počet	24	7	31
		% z žen	77,4%	22,6%	100,0%
	Muži	Počet	12	0	12
		% z mužů	100,0%	0,0%	100,0%

Tabulka 28 Návštěvnost za segment rodičů v závislosti na věku

			Návštěva internetových stránek		Celkem
			ano	ne	
Věk	30 - 35	Počet	4	1	5
		% ze skupiny	80,0%	20,0%	100,0%
	36 - 40	Počet	21	4	25
		% ze skupiny	84,0%	16,0%	100,0%
	41 - 45	Počet	6	2	8
		% ze skupiny	75,0%	25,0%	100,0%
	46 - 50	Počet	4	0	4
		% ze skupiny	100,0%	0,0%	100,0%
	51 a více	Počet	1	0	1
		% ze skupiny	100,0%	0,0%	100,0%

Tabulka 29 Spokojenost s úrovní internetových stránek za segment žáků

	Počet	%	Valid %
velmi dobré zpracování	9	14,3	16,4
dobré zpracování	25	39,7	45,5
průměrné zpracování	14	22,2	25,5
špatné zpracování	2	3,2	3,6
velmi špatné zpracování	5	7,9	9,1

Tabulka 30 Spokojenost s úrovní internetových stránek za segment žáků v závislosti na pohlaví

			Úroveň zpracování					Celkem
			velmi dobré zpracování	dobré zpracování	průměrné zpracování	špatné zpracování	velmi špatné zpracování	
Pohlaví	Dívky	Počet	5	14	5	2	0	26
		% z dívek	19,2%	53,8%	19,2%	7,7%	0,0%	100,0%
	Chlapci	Počet	4	11	9	0	5	29
		% z chlapců	13,8%	37,9%	31,0%	0,0%	17,2%	100,0%

Tabulka 31 Spokojenost s úrovní internetových stránek za segment žáků v závislosti na průměru

			Úroveň zpracování					Celkem
			velmi dobré zpracování	dobré zpracování	průměrné zpracování	špatné zpracování	velmi špatné zpracování	
Průměr posledního vysvědčení	1 - 1,5	Počet	3	9	4	0	1	17
		% ze skupiny průměru	17,6%	52,9%	23,5%	0,0%	5,9%	100,0%
	1,51 - 2,00	Počet	5	6	6	2	2	21
		% ze skupiny průměru	23,8%	28,6%	28,6%	9,5%	9,5%	100,0%
	2,01 - 2,5	Počet	0	5	4	0	1	10
		% ze skupiny průměru	0,0%	50,0%	40,0%	0,0%	10,0%	100,0%
	2,51 - 3,00	Počet	0	3	0	0	0	3
		% ze skupiny průměru	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	3,01 - 3,5	Počet	0	2	0	0	0	2
		% ze skupiny průměru	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	3,5 a výše	Počet	1	0	0	0	1	2
		% ze skupiny průměru	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%

Tabulka 32 Spokojenost s úrovní internetových stránek za segment rodičů

	Počet	%	Valid %
velmi dobré zpracování	6	14,0	16,7
dobré zpracování	21	48,8	58,3
průměrné zpracování	7	16,3	19,4
velmi špatné zpracování	2	4,7	5,6

Tabulka 33 Spokojenost s úrovní internetových stránek za segment rodičů v závislosti na pohlaví

			Úroveň zpracování				Celkem
			velmi dobré zpracování	dobré zpracování	průměrné zpracování	velmi špatné zpracování	
Pohlaví	Ženy	Počet	5	13	6	0	24
		% z žen	20,8%	54,2%	25,0%	0,0%	100,0%
	Muži	Počet	1	8	1	2	12
		% z mužů	8,3%	66,7%	8,3%	16,7%	100,0%

Tabulka 34 Spokojenost s úrovní internetových stránek za segment rodičů dle věku

			Úroveň zpracování				Celkem
			velmi dobré zpracování	dobré zpracování	průměrné zpracování	velmi špatné zpracování	
Věk	30 - 35	Počet	0	3	1	0	4
		% ze skupiny	0,0%	75,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	36 - 40	Počet	2	13	4	2	21
		% ze skupiny	9,5%	61,9%	19,0%	9,5%	100,0%
	41 - 45	Počet	3	2	1	0	6
		% ze skupiny	50,0%	33,3%	16,7%	0,0%	100,0%
	46 - 50	Počet	0	3	1	0	4
		% ze skupiny	0,0%	75,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	51 a více	Počet	1	0	0	0	1
		% ze skupiny	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%

Tabulka 35 Oblíbenost návštěvy školy

		Počet	%
Oblíbenost návštěvy	ano	9	14,3%
	spíše ano	14	22,2%
	škola mi nevadí	18	28,6%
	spíše ne	9	14,3%
	ne	13	20,6%

Tabulka 36 Oblíbenost návštěvy školy v závislosti na pohlaví

			Chodíte do školy rádi					Celkem
			ano	Spíše ano	Škola mi nevadí	Spíše ne	ne	
Pohlaví	Dívky	Počet	4	7	9	3	6	29
		% z dívek	13,8%	24,1%	31,0%	10,3%	20,7%	100,0%
	Chlapci	Počet	5	7	9	6	7	34
		% z chlapců	14,7%	20,6%	26,5%	17,6%	20,6%	100,0%

Tabulka 37 Oblíbenost návštěvy školy v závislosti na školním ročníku

			Chodíte do školy rádi?					Celkem
			ano	Spíše ano	Škola mi nevadí	Spíše ne	ne	
Školní ročník žáka	8. ročník	Počet	8	9	7	5	7	36
		% z 8.ročníku	22,2%	25,0%	19,4%	13,9%	19,4%	100,0%
	9. ročník	Počet	1	5	11	4	6	27
		% z 9.ročníku	3,7%	18,5%	40,7%	14,8%	22,2%	100,0%

Tabulka 38 Oblíbenost návštěvy školy v závislosti na průměru žáka

			Chodíte do školy rádi?					Celkem
			ano	Spíše ano	Škola mi nevadí	Spíše ne	ne	
Průměr posledního vysvědčení	1 - 1,5	Počet	6	6	3	3	3	21
		% ze skupiny průměru	28,6%	28,6%	14,3%	14,3%	14,3%	100,0%
	1,51 - 2,00	Počet	2	4	9	3	4	22
		% ze skupiny průměru	9,1%	18,2%	40,9%	13,6%	18,2%	100,0%
	2,01 - 2,5	Počet	0	1	6	2	3	12
		% ze skupiny průměru	0,0%	8,3%	50,0%	16,7%	25,0%	100,0%
	2,51 - 3,00	Počet	0	2	0	1	1	4
		% ze skupiny průměru	0,0%	50,0%	0,0%	25,0%	25,0%	100,0%
	3,01 - 3,5	Počet	1	0	0	0	1	2
		% ze skupiny průměru	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	3,5 a výše	Počet	0	1	0	0	1	2
		% ze skupiny průměru	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	50,0%	100,0%

Tabulka 39 Návrhy na budoucí vylepšení školy za segment žáků

		Počet	%
Vylepšení do budoucna	Internetový systém hodnocení prospěchu	1	1,6%
	Modernizace hřiště	12	19,0%
	Modernizace IT technologií	17	27,0%
	Využití tabletů ve výuce	7	11,1%
	Zdravější obědy	6	9,5%
	Více informací o středních školách	5	7,9%
	Více akcí a aktivit pro vyšší ročníky	6	9,5%
	Zajímavější a zábavnější vyučování	4	6,3%
	Vylepšení skříněk v prostorách šatny	5	7,9%

Tabulka 40 Návrhy na budoucí vylepšení školy za segment rodičů

		Počet	%
Vylepšení do budoucna	Internetový systém hodnocení prospěchu	9	21,4%
	Modernizace hřiště	12	28,6%
	Modernizace IT technologií	8	19,0%
	Využití tabletů ve výuce	5	11,9%
	Zdravější obědy	4	9,5%
	Brigády	1	2,4%
	Více informací o středních školách	3	7,1%

Příloha 4 – Lineární interpolace

V bakalářské práci bylo využito metody Lineární interpolace, kdy bylo stanoveno, že hodnota 1 na hodnotící škále představuje 100 % a hodnota 5 vyjadřuje 0%.

Lineární Interpolace představuje metodu, která slouží k nalezení a určení nové hodnoty faktoru pro každý faktor souboru. Interpolace předpokládá, že změna mezi dvěma hodnotami je lineární a že rozpětí chyby je zanedbatelná. [22]

$$y = y_0 + (x - x_0) \frac{y_1 - y_0}{x_1 - x_0}$$